

RECAUDACIÓN Y SUBVENCIONES A LA PRODUCCIÓN: UNA DISCUSIÓN SOBRE LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN A LA CINEMATOGRAFÍA

Gustavo Buquet Corleto *

Resumen:

A partir del año 1986 se observa una abrupta caída de la recaudación del cine Español. Durante ese mismo período aumenta el control del mercado por parte de las filiales a las "majors" norteamericanas. Si bien la actual estructura del mercado de la distribución de cine puede explicar esta tendencia, en este trabajo se plantea el proceso metodológico a la inversa. Esto es, primero determinar cuales son los factores que explican el éxito o el fracaso comercial del cine español, para luego ver si es posible que el mismo recupere parte de la cuota de mercado. Para ello se realiza un modelo econométrico, que según los parámetros estimados, los factores referidos a la distribución son más importantes para la recaudación en taquilla, que las variables vinculadas a la propia producción del largometraje. Con este modelo se determinan los ingresos de las empresas productoras, y el papel que cumplen las ayudas públicas en ellos. En este sentido se observa que la actual estructura de las subvenciones incentiva la "atomización" de las empresas productoras, por lo que se hace un análisis crítico de las mismas. Finalmente se discuten otros mecanismos de protección como la cuota de pantalla y licencias de doblaje, los cuales parecería no contemplan la importancia que para el cine español tendría la creación de una distribuidora independiente del cine norteamericano.

Palabras Clave: Economía del Cine, Productoras, Distribuidoras, Subvenciones, Protección.

* Departamento de Economía, Universidad Carlos III de Madrid. Se agradece especialmente a Beatriz de Armas Serra, sin cuya colaboración no se podría haber obtenido la base de datos para la realización de este trabajo. A Ismael Sánchez quien me dirigió el modelo econométrico. A José María Álvarez Monzoncillo y José María Otero, por su atención y sus sugerencias. A Juan José Ganuza y Roberto Hernán por sus comentarios. Y a Alicia Cebada Romero sin cuya participación no habría sido posible la finalización de este trabajo. Naturalmente, todos los posibles errores corren por mi cuenta.

Por otra parte, a partir de la recaudación, se determinan los ingresos que obtienen las empresas productoras y distribuidoras por cada film (Capítulo V y VI). Con estos datos se modelizan también las subvenciones públicas a las empresas productoras. Según el modelo, empresas que obtienen altas recaudaciones con sus películas, reciben en general un nivel similar de subvenciones que aquellas películas que fracasaron comercialmente.

Según este resultado, la estructura de subvenciones del Instituto Cinematográfico y de las Artes Audiovisuales (ICAA) premia a las empresas con bajos logros en taquilla y "castiga" a las empresas más eficientes. Esta política incentiva la "atomización" del sector. Para fortalecer la producción de cine español y obtener mayor cuota de mercado, se debería de fomentar lo contrario (Capítulo VII).

Por último se discuten algunos puntos sobre protección del sector cinematográfico que escapen a lo que estrictamente son resultados del modelo. Se vinculan las licencias de doblaje y la cuota de pantalla a la concentración de la distribución de cine español por parte de las "majors". Si se está pensando en incrementar la cuota de mercado para el cine español, resultará un objetivo aún más difícil de no incentivar la creación de una o varias empresas distribuidoras fuertes e independientes del cine norteamericano.

PROLOGO

En general, toda la literatura vinculada a la economía del cine español, habla de la crisis de la industria cinematográfica. Los datos son contundentes. El cine español que en 1980 representaba el 20% del mercado en España, habría caído porcentualmente a un 8,75 en 1993. En el mismo período el cine norteamericano pasa de ocupar un 43% a un 77,7%. Por una parte existen factores estructurales propios del mercado que ayudan a explicar esta tendencia. Durante los años 80 en España, se observó un proceso de concentración e integración vertical por parte de unas pocas empresas filiales a las "majors" norteamericanas (Capítulo I).

Sin embargo dentro del propio cine español, se puede observar que existen algunas películas con éxito en taquilla mientras que la gran mayoría obtienen pobres resultados. En este sentido se podría estudiar primero desde el punto de vista económico cuales son los factores fundamentales que determinan el éxito o el fracaso comercial de cada película (Capítulos II y III). Con esas variables se determina un modelo econométrico que explica el volumen de recaudación en taquilla por largometraje (Capítulo IV).

Un primer resultado importante es que los factores vinculados a la distribución (las empresas distribuidoras que intervienen y los gastos en copias y publicidad), son más importantes para determinar el volumen de recaudación que las variables relacionadas con la propia producción del largometraje (productora y coste de producción).

**CAPÍTULO V: CONTRATOS ENTRE PRODUCTORAS Y DISTRIBUIDORAS,
SUBVENCIONES PÚBLICAS Y MAXIMIZACIÓN DE INGRESOS**

- | | |
|-----|---|
| V.1 | Contratos Entre Empresas Productoras
Y Distribuidoras |
| V.2 | Subvenciones Públicas |
| V.3 | Maximización De Los "Beneficios" De
Las Empresas Productoras |

CAPÍTULO VI: SIMULACIÓN

- | | |
|------|--------------|
| VI.1 | Introducción |
| VI.2 | Simulación 1 |
| VI.3 | Simulación 2 |
| VI.4 | Simulación 3 |

CAPITULO VII: CONCLUSIONES

- | | |
|-------|--|
| VII.1 | El Sector De La Producción Y Las
Subvenciones |
| VII.2 | Distribución, Licencias De Doblaje,
Y Cuota De Pantalla |

ANEXO ESTADÍSTICO

BIBLIOGRAFÍA

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

En general, toda la literatura vinculada a la economía del cine español, habla de la crisis de la industria cinematográfica. Los datos para este diagnóstico son contundentes. Según el Boletín Informativo del Instituto Cinematográfico y de las Artes Audiovisuales (ICAA), en el período comprendido entre 1980 y 1993, la recaudación del cine español en taquilla en términos constantes se redujo en un 60,5%, mientras que la recaudación del cine norteamericano en ese mismo período aumentó en un 64% (gráfico 1.1). Si estas cifras se analizan en porcentaje sobre el total, en el año 1980 el cine español representaba el 20% del total del mercado español, mientras que en el año 1993 esa cifra se había reducido a un 8,75%. En ese mismo período el cine norteamericano había pasado de ocupar un 43% a un 77,7% (gráfico 1. 2).

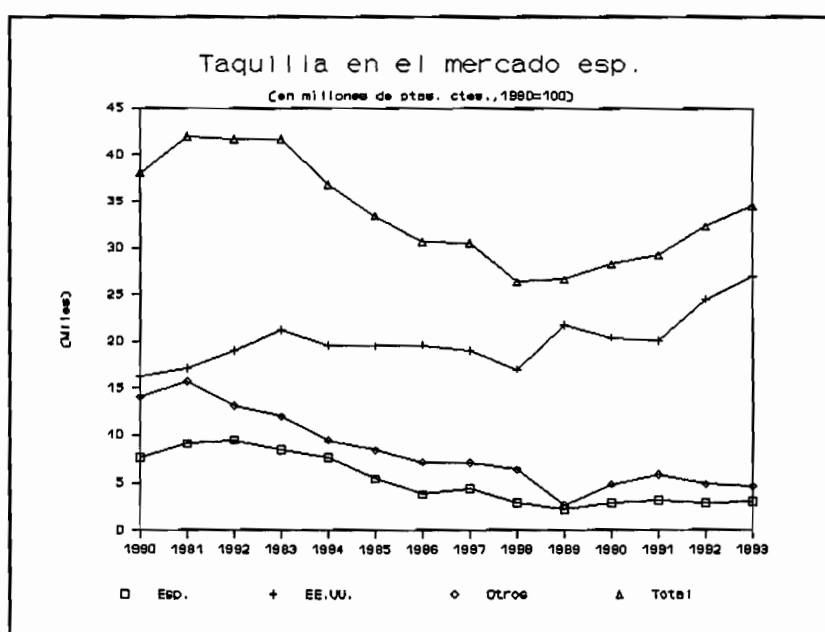


Gráfico 1.1. Fuente: Elaboración propia en base ICAA.

Es justamente a partir de los años 80 cuando se produce un cambio de propiedad de las empresas distribuidoras españolas, pasando a ser directamente filiales norteamericanas¹. Cuatro empresas -United International Pictures (UIP, distribuye material de la Paramount, Universal y Metro Goldwyn Mayer), Warner, Columbia-Tri Star Films, y Manuel Salvador (que distribuye material de la 20th Century Fox)- que en 1986 concentraban el 29% de la recaudación en taquilla en España, en 1993 pasan a controlar el 68% de la misma (gráfico 1.3).

La situación en España no es ajena al panorama internacional que presenta este sector. El cine norteamericano controla en promedio el 80% del mercado europeo. Según "Variety" (enero 1991)² las cinco empresas mas grandes de Estados Unidos controlaron en 1990 también el 70% de la recaudación en taquilla de su propio mercado. Las "majors" norteamericanas que en 1980 tuvieron ingresos totales por 2,5 mil millones de dólares, en 1993 los habían incrementado hasta alcanzar los 14 mil millones de dólares³. En los años 80 se produjo un proceso de concentración e integración vertical en este sector⁴.

¹ Álvarez Monzoncillo. La industria cinematográfica en España (1980-1991). 1993. ICAA.

² Citado por A. Aksoy y K. Robins. Hollywood for the 21st century: global competition for critical mass in image markets. Cambridge Journal of Economics. 1992

³ Dale. El reto de una industria cinematográfica europea. Situación. Monográfico de la industria cinematográfica. 1994.

⁴ Ver Cita nº2.

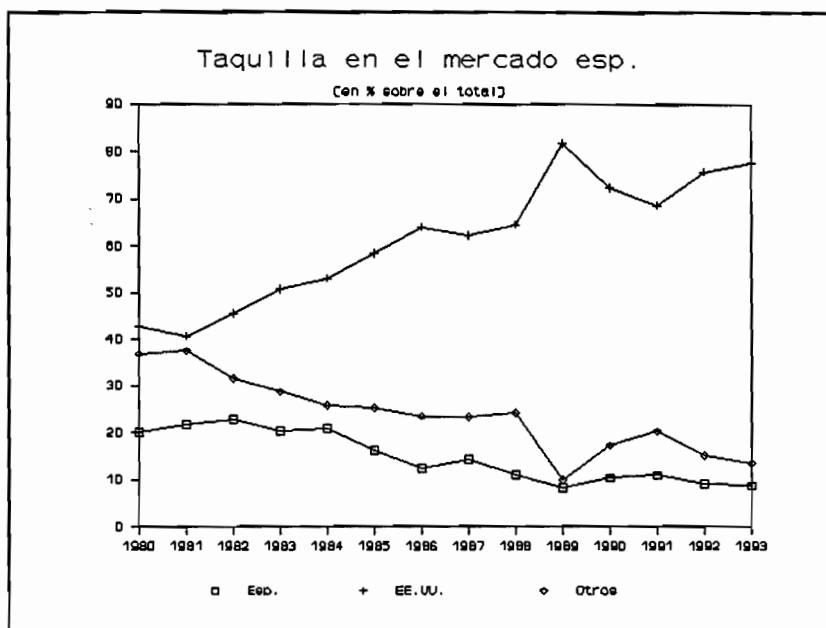


Gráfico 1.2. Fuente: Elaboración propia en base ICAA.

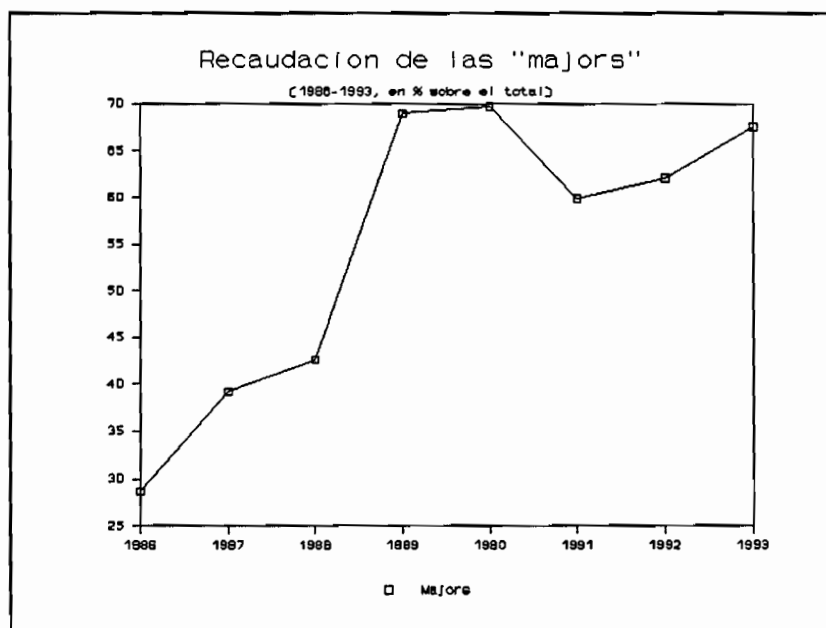


Gráfico 1.3. Fuente: Elaboración propia en base ICAA.

Warner se fusionó con Time formando el consorcio del sector del entretenimiento más grande del mundo, con ingresos anuales estimados en 11 mil millones de dólares. MCA (Universal) fue comprada por la empresa japonesa Matsushita, mientras que Columbia Pictures fue adquirida por Sony. MCA y Columbia al inicio de los 90 tuvieron ingresos anuales que superan los 3 mil millones de dólares al año, situándose también entre las diez primeras del sector.

Al mismo tiempo todas estas empresas fueron fortaleciendo su red de distribución y extendiendo las pantallas de exhibición en su propiedad, tanto en Estados Unidos, como en Europa. Para el caso español por ejemplo, según el libro de Alvarez Monzoncillo ya citado, "las majors llegan a unas 200 plazas, lo que representa un acceso próximo a las 800 pantallas - que suponen un 44,2% de las salas y un 90% de la recaudación total - y dejan el resto a distribuidoras regionales que son, en la mayor parte de los casos, subcontratadas" (pp. 53).

Este rápido repaso por la estructura empresarial del sector tanto a nivel internacional como español, simplemente pretende dar una idea de la diferencia de recursos que pueden tener estas empresas, en comparación con las empresas productoras y distribuidoras españolas. No se pretende justificar. Simplemente tener presente que cuando se está hablando de una película de producción española entre coste de realización y gastos de promoción se alcanza una cifra promedio, según datos proporcionados por el ICAA, de 180 millones de pesetas.

Según "The Economist"⁵ (1989), una producción norteamericana en promedio entre coste de producción y publicidad se gasta unos 3900 millones de pesetas (30 millones de dólares), esto es 22 veces más.

Hoy el cine español sin subvenciones no podría existir (como se podrá ir observando en el desarrollo de este trabajo). Justamente la explicación que tienen las subvenciones es posibilitar la existencia de una industria cultural, que para el Estado español es estratégica. El Real Decreto del 28 de agosto de 1989 de ayudas a la cinematografía expresa en su exposición de motivos que " En el sector de la producción, el esquema de ayudas públicas directas (...) se centra en el objetivo esencial de favorecer el desarrollo de empresarios independientes y de fomentar la inversión privada en la realización de películas con la finalidad de reducir el intervencionismo estatal y fortalecer la estructura financiera del sector." Sin embargo, de seguir las tendencias analizadas, el sector cinematográfico español quedaría reducido a una participación prácticamente testimonial.

También durante todos estos años se debe de reconocer, sin embargo, que han existido películas españolas "taquilleras". Cualquiera ha oído hablar de "Mujeres al borde..." de Pedro Almodovar que recaudó 1164 millones y que por tanto compitió, al mismo nivel, con las películas norteamericanas mas recaudadoras de ese año, o "Belle Epoque" de Fernando Trueba que recaudó 834 millones, etc.

⁵ Citado por : Ver Cita nº2

Según datos del ICAA, en el período comprendido entre 1986 y 1991 se han realizado una media de 60 largometrajes por año. La recaudación anual del cine español durante esos años se ubicó en torno a las 3000 millones de pesetas. Si se consideran las 10 películas más taquilleras durante cada uno de esos años, las mismas representaron aproximadamente el 65% de la recaudación. Es decir que, cada una de estas diez películas - de las que se podría afirmar que tuvieron éxito comercial- ha obtenido en promedio unos 200 millones de pesetas. Esto es, que a pesar de las características que determinan la estructura del mercado de cine en España, se puede observar que existen algunas películas que tienen cierto éxito comercial, y otras (la mayoría) que fracasan en taquilla.

Por tanto, parece interesante, desde el punto de vista analítico, plantearse el proceso metodológico a la inversa. Esto es: primero identificar cuales son los factores que están determinando que una película española tenga éxito o fracaso comercial, independientemente del escaso volumen que en términos generales la recaudación de cine español represente en el total. Si bien la política desarrollada por las "majors" ha logrado desplazar a sus competidores e incluso formar barreras a la entrada, existen películas españolas con mayor capacidad para desarrollar la competencia contra el cine norteamericano. En este sentido, este trabajo se plantea en primer lugar cuáles son los factores económicos determinantes en este éxito.

Luego, en función de este resultado, analizar como se estructuran los ingresos de las empresas productoras, y qué papel están desempeñando en este sentido las subvenciones públicas; por último evaluar si con la actual situación del sector, existen posibilidades de crecimiento económico de algunas empresas productoras, de forma que estas recuperen cuota de mercado compitiendo con el cine norteamericano. Para esto será necesario conocer en primer lugar los mecanismos de financiamiento de las empresas productoras.

Las productoras de cine en España cuenta con seis fuentes de financiamiento. La recaudación en salas de exhibición, los derechos de T.V. convencional y de pago, las ventas de videocasetes, las subvenciones públicas, y adicionalmente algunas reciben ingresos por exportaciones. Sin embargo de estas, la fuente que determina el éxito o fracaso económico de una película es la recaudación en salas de exhibición. Los derechos que pueda cobrar una película para que sea transmitida por T.V. convencional o paga, así como las ventas de videocasetes, dependerá del éxito comercial que esta haya tenido en taquilla. Lo mismo ocurre con las exportaciones. Una película podrá recaudar más en el extranjero siempre y cuando haya tenido relativo éxito comercial en España. Adicionalmente, para el caso español, parte de las subvenciones públicas están ligadas también a la recaudación que la película tenga en taquilla.

A partir de lo expuesto, se redefinen los objetivos en base al análisis que se realizará a través de los siguientes seis capítulos. El objetivo de este trabajo será, fundamentalmente, explicar los factores económicos principales que inciden en la recaudación en taquilla de una película española.

Para ello, en primer lugar, se repasarán las principales características que presentan los sectores de la producción y la distribución de cine español (capítulo II).

Como se podrá apreciar más adelante, de los datos agregados analizados se desprende que las variables económicas fundamentales que inciden en la recaudación que una película obtenga en sala, están referidos tanto a la producción como a la distribución del largometraje.

Por la parte de la producción será determinante qué tipo de empresa productora realiza el largometraje, y los costes de producción que se destinan a la realización del mismo. Con respecto a la distribución, las variables determinantes, serán la empresa distribuidora y los gastos en copias y publicidad realizados para la promoción del film.

En el capítulo III se contrastan los datos de la muestra obtenida para la realización del modelo, con los datos agregados analizados en el capítulo II. Con estas variables se construye el modelo econométrico (capítulo IV). Una vez obtenida la estimación de los parámetros se podrá estimar la media de recaudación según los valores que se le asigne a las variables explicativas.

Por otra parte, los ingresos que obtienen las empresas productoras y distribuidoras son porcentajes establecidos sobre el monto total que la película obtiene en taquilla. Por tanto, estos dependerán en primer lugar de los contratos comerciales en los que se determine que parte de este porcentaje quedará para cada empresa.

Adicionalmente, la empresa productora recibirá las subvenciones que le asigne el ICAA. Una vez que se tengan ingreso y coste de la empresa productora se podrá determinar en que punto las empresas maximizan beneficios o minimizan pérdidas (condiciones de primer orden). Esta temática se discutirá en el capítulo V.

Determinado el modelo econométrico, y el ingreso de las empresas, se podrán "simular" diferentes alternativas. Se asignarán valores arbitrarios a las variables pudiéndose estimar en primer lugar la recaudación media que esas supuestas películas tendrían en taquilla.

Posteriormente se podrá calcular también el ingreso de las empresas, y en particular para las empresas productoras se podrá determinar las subvenciones que le corresponderían en cada caso analizado. En el capítulo de simulación (VI) se podrá modelizar por tanto la actual estructura de subvenciones al cine.

Como se podrá observar al avanzar en el trabajo, uno de los principales problemas que presenta el sector de la producción de cine en España es su "atomización". Esto es, que las productoras son empresas relativamente pequeñas, con producciones de cine esporádicas, y con un escaso proceso de acumulación de capital. Según el modelo, es la propia estructura de subvenciones la que parece incentivar este proceso. Este resultado se discute en las conclusiones (capítulo VII), y se propone en términos generales una nueva estructura para las ayudas públicas al cine, de forma de contrarrestar este proceso de atomización.

El modelo realizado, también muestra la importancia que tienen las variables vinculadas a la distribución con respecto a la recaudación en taquilla. Como se podrá comprobar más adelante, la distribución de cine español también está fuertemente oligopolizada por las cuatro empresas filiales a las denominadas "majors" norteamericanas.

Según el resultado del modelo, una película española distribuida por una de estas empresas recauda en promedio tres veces más que si fuese distribuida por una empresa española.

Por tanto, el modelo demuestra que toda productora española desearía que su película fuera distribuida por una de estas empresas. Este resultado se discute con cuidado también en las conclusiones. Por una parte según los datos referentes a la distribución que se analizan en el capítulo II, se desprende que estas cuatro empresas norteamericanas fueron concentrando la distribución del cine español, pasando de un 16% en el año 1986 hasta llegar a un 88% en el año 1993.

Como se ha visto, durante el mismo período, el cine Español retrocedió hasta llegar representar un 8,75% del total. Entre otras razones como consecuencia de que esas mismas empresas ensanchaban la cuota de mercado de las películas norteamericanas. Estas últimas son opiniones, ya que escapan a lo que estrictamente son los resultados del modelo propuesto. Sin embargo, parece razonable que para poder desarrollar un sector productor de cine fuerte, el marco de una nueva normativa de cine debería de contemplar e incentivar la creación de un sector de distribución fuerte e independiente de estas empresas norteamericanas.

CAPITULO II: CARACTERISTICAS GENERALES DE LA PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE CINE ESPAÑOL

II.1 LA PRODUCCIÓN DE CINE EN ESPAÑA.

Si se analiza el comportamiento de las empresas productoras españolas a partir de la segunda década de los ochenta, se encuentra que en general los resultados económicos han sido pobres. Por esto mismo según datos del Boletín Informativo del ICAA, también se observa una caída de la cantidad de empresas productoras que pasaron de 574 a 260, tendencia que se verifica también en la producción fílmica propiamente dicha.

A esto, se podría contraponer un proceso de concentración por parte de las productoras existentes. Pero en general es difícil encontrar a una productora que haya tenido una película de éxito durante un año, que produzca otra con las mismas características en los dos o tres años siguientes. Por ejemplo Compañía Iberoamericana de T.V. recaudó el 13% del total del cine español durante el año 1986, pero luego ninguna de sus producciones estuvieron entre las diez primeras; lo mismo se podría decir para Incine, Ganesh S.A., etc.. En general, se observa que a productoras que aparecen dos o tres veces entre las diez primeras durante la década de los ochenta, no les ocurre lo mismo en los primeros años del 90.

En estos años ya han aparecido nuevas productoras que sustituyen a las anteriores. Son raras las excepciones que escapan a esta regla, como podrían ser El Deseo S.A. de Pedro Almodovar, Fernando Trueba o Ion Producciones.

Sin embargo cabe destacar 2 elementos importantes. La recaudación en taquilla sobre el total que lograron las diez principales productoras de cada uno de esos años pasó del 30 al 69% (Ver gráfico 2.1 y Cuadro 2.1). En este sentido si se podría hablar de un proceso de concentración. Además la media de la recaudación de las diez más grandes fue entre 12 y 40 veces superior a la media total durante el período analizado (Ver gráfico 2.2).

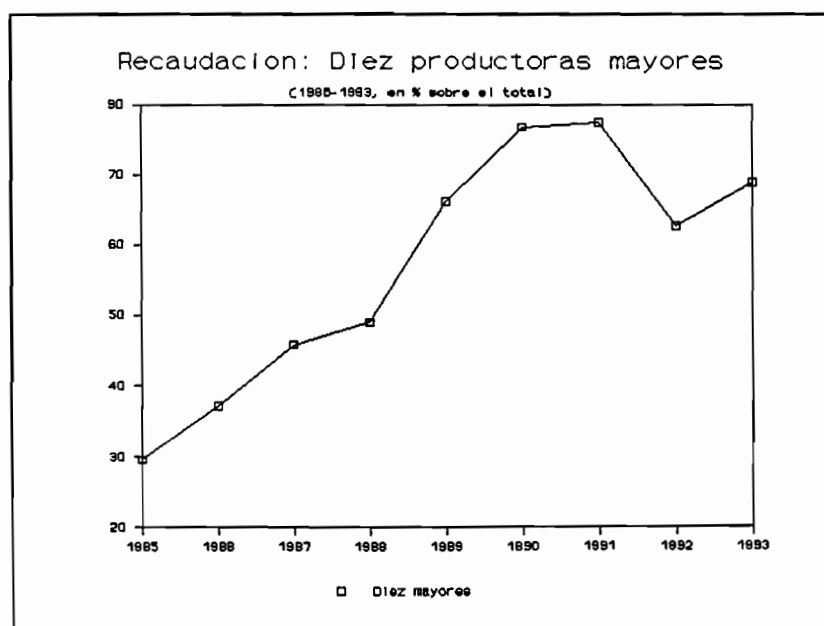


Gráfico 2.1. Fuente: Elaboración propia en base ICAA.

CUADRO 2.1: Recaudación de las diez mayores productoras en 1993
(en miles de ptas.)

Productora	Pelicula	Rec.	Media	T.Rec.en %
F. Trueba	1	625963	625963	18
A. Nebli	2	333575	166788	9
El Deseo	5	603895	120779	17
Lola F.	3	360105	120035	10
Tesauro	1	119896	119896	3
Jet F.	1	71817	71817	2
Berango	1	67556	67556	2
F. Colomo	1	60826	60826	2
S.G. de T.V.	2	114593	57297	3
P. Costa	2	95798	47899	3
Suma	19	2454024	129159	69
Total	338	3563565	10543	100

Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICAA.

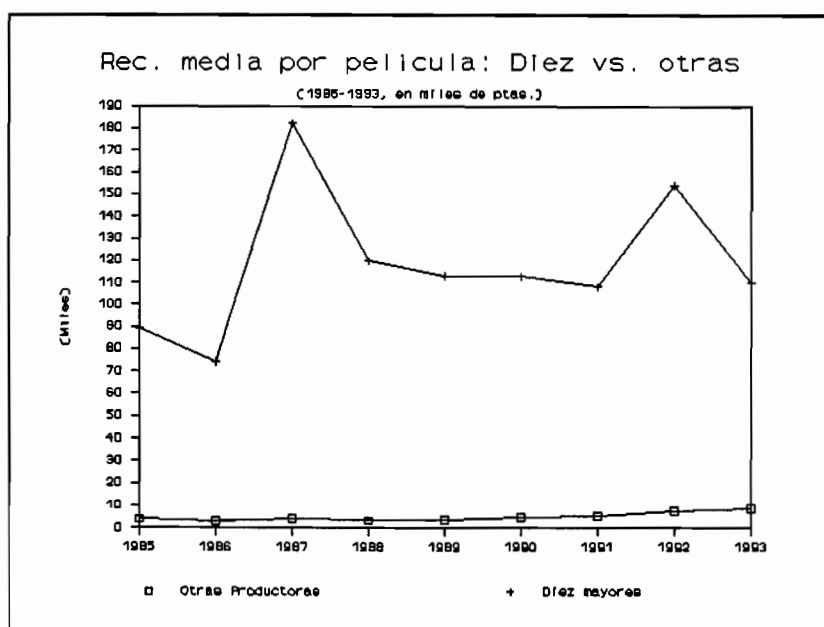


Gráfico 2.2. Fuente: Elaboración propia en base ICAA.

Si bien los resultados como se dijo son dispersos, existen empresas productoras con mejores resultados que otras. Esto es que, si se analiza su comportamiento durante estos 9 años, se observa que "El Deseo S.A." aparece entre las diez primeras durante los últimos siete años analizados, Ion Producciones y Lola Films cuatro, Fernando Trueba tres, etc..

Con este criterio se podría definir qué productoras tuvieron mejor comportamiento durante el período comprendido en los años 1990 a 1993. Si se tienen en cuenta productoras que tuvieron una realización con una recaudación superior a los 20 millones de pesetas durante por lo menos dos de los últimos cuatro años, y se ordenan por mayor recaudación promedio por película podríamos identificar a las diez productoras que obtuvieron mejores resultados promedio como se muestra en el cuadro 2.2. La media de recaudación por película de estas diez productoras se ubica en 152 millones de pesetas, 20 veces por encima de la media de todas las productoras.

**CUADRO 2.2: Recaudación de las diez principales productoras
(media por película, años 1991-1993, en miles de ptas.)**

Productora	1991	1992	1993	Media
F. Trueba	s/r*	113750	625963	284487
Tesauro	s/r	265263	119896	192580
A. Nebli	s/r	228954	166788	187510
Lola Films	s/r	254211	120035	153579
Ariane	184652	98713	s/r	141683
El Deseo	246370	28585	120779	138715
Aligator	268353	253616	14759	137872
Cyrk	s/r	217468	11452	114460
P. Costa	240523	35185	47899	92877
Ion P.	44420	s/r	s/r	81344

Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICAA. (*sin realización durante ese año).

II.2 LA DISTRIBUCIÓN DE CINE ESPAÑOL

Con respecto a las empresas distribuidoras que participan en el mercado del cine español, las tendencias son mas claras. Las cuatro "majors" en España, Columbia - Tri Star Films, Warner, United International Films (UIP) y Manuel Salvador (que depende de 20th Century Fox), tienen una participación vertiginosamente ascendente en la recaudación total del cine español pasando del 16% en el año 1986, al 88% en el año 1993. Esto es, que todas las otras distribuidoras que antes compartían el 84% de la recaudación, en el año 1993 se debieron conformar con un modesto 12%.

Esta tendencia se ve reflejada en una de las empresas españolas distribuidoras más importantes como la Lauren Film, que llegó a representar un 25% de la recaudación en el año 1988, y en el último año analizado solo representaba el 1% de la recaudación de películas españolas (Ver gráfico y cuadro 2.3).

Durante todo el período analizado la distribución de películas por parte de las "majors" en porcentaje sobre el total de películas, siempre fue muy inferior al porcentaje que tuvieron estas mismas empresas sobre la recaudación total. Por ejemplo para al año 1991 con el 35% de las películas distribuidas obtuvieron el 88% de la recaudación (ver nuevamente cuadro 2.3). En promedio, una película distribuida por una de las cuatro grandes obtuvo una recaudación casi 5 veces mayor que la media de las películas distribuídas por empresas españolas (Ver gráfico 2.4).

CUADRO 2.3: Recaudación de cine español de las distribuidoras, 1993
(total y media por película, en miles de ptas.)

Distribuidora	Recaudación	Películas	Media
Warner	894302	25	35772
UIP	1491399	60	24857
Columbia T-S	508417	21	24210
M. Salvador	230885	11	20990
Total "majors"	3125003	117	26457
CR4 en %	88	35	252
Lauren Films	41182	6	7197
L.F. en %	1	2	68
Totales	3553555	338	10513

Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICAA.

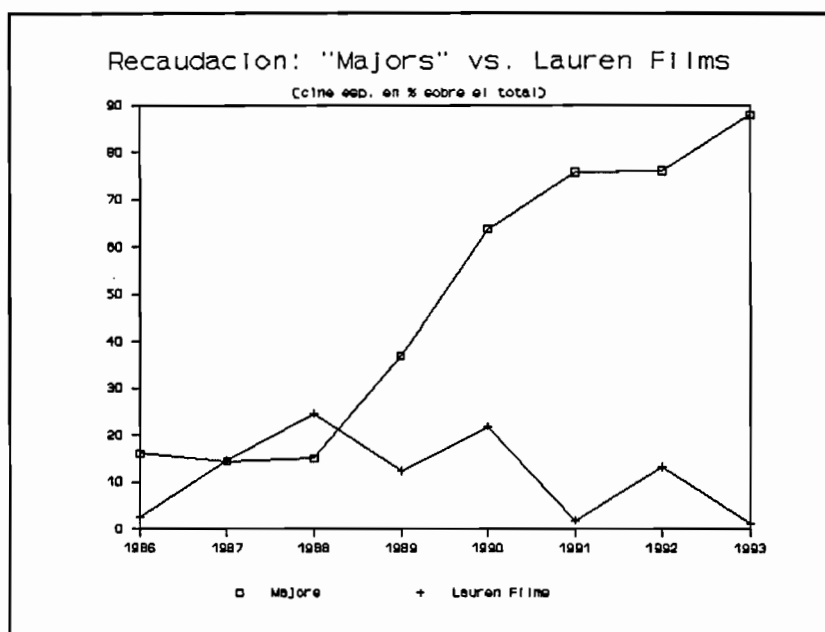


Gráfico 2.3 Fuente: Elaboración propia en base ICAA.

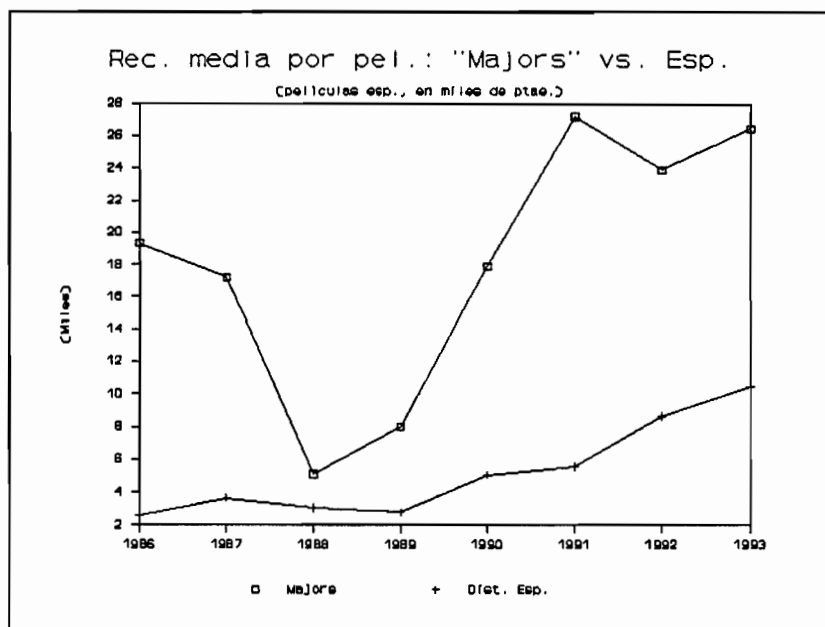


Gráfico 2.4 Fuente: Elaboración propia en base ICAA

Si se toma la media para los ocho años analizados las "majors" recaudaron cuatro veces más por película que la media del resto de las empresas. Aquí parece más claro diferenciar en el éxito de la gestión entre las empresas. Las cuatro grandes tienen una participación creciente en el mercado, manteniendo constantemente una recaudación por película muy superior a la media. Naturalmente los elementos que están incidiendo entre otros, son su capacidad financiera, su poder de mercado, y, como ya se ha visto, la posesión de una red de distribución importante que les permite obtener mayor cantidad y mejores salas de estreno en todo el país.

Si bien la recaudación por película española es muy pobre en términos generales, la gran diferencia de resultados que puede existir entre una película que obtiene 325 millones de pesetas de recaudación con un coste de 171 millones como "Jamón Jamón" realizada por la productora Cristal y distribuida por Columbia, con otra por ejemplo que obtiene 141 mil pesetas de recaudación con un coste de 157 millones de pesetas como "Álbum de Familia" realizada por Jet Films y distribuida por Warner, no necesariamente debe ser casual.

Para este ejemplo concreto entre otras cosas, se podría apuntar que los gastos de publicidad que hizo Columbia para la primera ascendieron a 30 millones pesetas, mientras que los que realizó la Warner fueron inferiores a los 4 millones de pesetas. Por esto parece que los resultados de recaudación en taquilla obtenidos por las diferentes películas dependerían por una parte, de quién es el realizador de la película.

Más allá de las cifras analizadas sobre las productoras, está claro que hay quienes tienen mayor experiencia en la realización de largometrajes, mayor talento, trabajan con un cartel de actores más conocido, o utilizan más cantidad de dinero en su producción.

Por otra parte, con respecto al resultado final en taquilla incluso, parecería más importante según los datos hasta ahora analizados quien la distribuye, que quien la realiza. Ya se ha visto que en promedio las cuatro grandes obtuvieron mejores resultados que el resto de las empresas distribuidoras. Pero además como se observa en el ejemplo en concreto no es lo mismo gastarse 3 millones que 30 millones de pesetas en promocionar una película determinada. En este sentido el modelo propuesto apunta a identificar los elementos principales que inciden desde el punto de vista económico en el resultado final que una película obtiene en taquilla.

CAPITULO III: LOS SECTORES DE LA PRODUCCION Y LA DISTRIBUCION DE CINE ESPAÑOL EN LA MUESTRA

III.1 LA MUESTRA

La muestra corresponde a 133 largometrajes españoles realizados entre 1989 y 1993 por 80 productoras diferentes y distribuidos entre los años 1990 y 1994 por 15 empresas distintas. La selección de la muestra estuvo condicionada por los datos referidos a gastos en copias y publicidad realizados por las empresas distribuidoras. Dichos datos no son de conocimiento público a excepción de aquellas películas que por dicho concepto reciben subvenciones del ICAA. Dicha subvención comienza a realizarse en 1990 y se tienen datos hasta el 1994, que es el período que abarca la muestra. Esto es, los datos de la muestra son todas las películas que han recibido esta subvención hasta el momento de la realización de este trabajo. Durante estos cinco años analizados se estrenaron 202 largometrajes españoles, y por tanto la muestra abarca el 65% de la población.

Según el Real Decreto 1282/ 1989, las subvenciones a la distribución se concederán de acuerdo a la calidad de la película, al historial del distribuidor, al coste del plan de distribución, y con la condición de que las películas sean distribuidas al menos en 25 provincias y diez Comunidades Autónomas.

Según estos criterios, está claro que quienes recibieron las ayudas del ICAA son las películas distribuidas en mayor parte del territorio español, las que tienen un plan más ambicioso y por tanto las que tienen mayor expectativa de recaudación. Serán en media - como se verá más adelante-, más recaudadoras que el resto de los filmes. En este sentido la aplicación de los resultados de este modelo, quedarán condicionados a este tipo de películas.

La base de datos utilizada entonces tendrá los datos discriminados por película según qué productora la realizó, cuál fue su coste de producción y cuál la subvención para el proyecto (si lo obtuvo) por parte del ICCA. Referente a la distribución, se tienen los datos de la distribuidora que la puso en el mercado, los gastos en copias y publicidad que realizó la distribuidora para dicho fin y la ayuda proporcionada por el ICAA para estos gastos. Finalmente se tienen la recaudación, la subvención que recibe la productora por el volumen de la taquilla, y el premio de especial calidad (si tuvo) de 30 millones de pesetas.

III.2 LA PRODUCCIÓN EN LA MUESTRA

Con el mismo criterio que el señalado anteriormente se han seleccionado de la muestra las diez productoras que mejor desempeño han obtenido con respecto a la recaudación. Estas diez productoras coinciden en ocho con las que tuvieron mejor resultado en términos generales durante los años 1990 al 1994. En esta base de datos, Tesauro y Aligator, fueron sustituidas por Sabre T.V. y B.M.G. Films (comparar cuadros 2.2 con 3.1).

Estas diez productoras obtuvieron una recaudación promedio por película de 251 millones de pesetas, mientras que la media del resto, se situó entorno a las 43.5 millones de pesetas. Las diez productoras seleccionadas recaudaron en promedio un 575% mas que el resto.

CUADRO 3.1: Las diez principales productoras de la muestra¹
(clasificadas según recaudación media por película, en miles de ptas.)

Productora	Coste de P.	Subvención	Rec.
El Deseo	323336	156549	499931
F. Trueba	158003	147155	465149
Ariane Films	238546	178799	289028
Nebli	157241	78621	240431
Cyrk	461170	150107	234049
Pedro Costa	209932	116596	193965
Lola Films	227769	113822	175999
Ion Prod.	201079	89536	174445
Sabre T.V.	176846	54289	161929
B.M.G.F.	225250	69100	160665
Media 10	235609	114047	250691
Otras	140501	57787	43508
Media Total	157241	67656	77830
CR10 EN %	26	29	55
T. en Mill.	20127	8728	10299

Fuente: Elaboración propia según datos del ICAA.

¹En el cuadro analizado, la columna de subvenciones corresponde a la suma total de subvenciones recibida por la realización del largometraje. Esto es, todas menos la subvención en publicidad. El dato es interesante pero se discutirá en otro capítulo. Las películas que en su conjunto recaudaron el 55% del total, recibieron solo el 29% de las subvenciones. (En el cuadro el coste de producción y las subvenciones, también corresponden a la media por película).

Los datos de la muestra son contundentes. Se pueden separar nítidamente dos tipos de productoras según su nivel medio de recaudación por película. De las diez seleccionadas, la productora que representa una recaudación media por película menor es, según la muestra, B.M.G. Films con una media de 160,665 millones. La que le sigue en lugar decimoprimer, es Tesauro, con un nivel medio de recaudación de 66 millones (Ver cuadro 3.1).

III.3 LA DISTRIBUCIÓN EN LA MUESTRA

Con respecto a las distribuidoras, al igual que en los datos generales, los datos de la muestra indican una mayor capacidad de recaudación por parte de las cuatro grandes en relación al resto de las empresas. En promedio las "majors" recaudaron 104 millones de pesetas por película representando un 285% mas que el promedio del resto de las empresas. También el porcentaje de recaudación sobre el total de estas cuatro empresas, coincide con los datos agregados presentados anteriormente. Para el caso de la muestra, las "majors" recaudaron el 82% del total (cuadro 3.2).

Es interesante observar también la relación que existe entre gastos de publicidad promedio realizados por estas empresas y la recaudación media. En particular, para estas cuatro empresas, quien tiene un gasto promedio mayor en publicidad, también presenta una recaudación mayor. Así por ejemplo la Warner en promedio se gastó casi 31 millones en publicidad por película, y recaudó en promedio 176.5 millones. Columbia le sigue con gastos menores de 29.6 millones en publicidad, y con una recaudación bastante menor: 116.6 millones (ver cuadro 3.2).

En este sentido se pueden apuntar dos cosas más. Por una parte los gastos de publicidad explican parte importante del éxito que una película tenga en taquilla, pero por otra, existe una diferencia. Por ejemplo la Warner tiene una mayor eficiencia en los gastos de publicidad con respecto a la recaudación que las otras tres "majors". Esto nos indica que existen elementos no cuantificables con datos, que podrían también explicar por qué una empresa distribuidora tiene una mayor recaudación que otras.

Probablemente la Warner tenga una red de distribución más extendida y con mejores salas de estreno que las demás, y/o adicionalmente tiene convenio con determinadas productoras para distribuir las películas con mayor probabilidad de éxito taquillero. Esto es, que según los datos de la muestra, independientemente de la causa que lo explique, se observa que la Warner tiene una mejor "gestión" empresarial que el resto.

**CUADRO 3.2: Las principales distribuidoras en la muestra
(media por película, en miles de ptas.)**

Distribuidora	Cop y Publ.	Subvención	Rec. Media
Warner	30976	8272	176546
Columbia	29644	8704	116660
UIP	24829	7759	103502
M. Salvador	19394	6332	74308
M. "Majors"	27551	9307	104352
Lauren Films	21312	8824	62596
C.B.Films	24343	9531	41121
Alta Films	18135	6947	27902
Otras	23450	8414	19623
M. Españolas	20417	7998	36516
Media Total	24762	8795	77830
CR4	68	64	82
T.(mill.ptas.)	3293	1170	10351

Fuente: Elaboración propia en base a datos del ICAA.

CAPITULO IV: EL MODELO ECONOMETRICO

IV.1 PRESENTACIÓN DEL MODELO

El modelo, como ya se dijo, pretende explicar la recaudación por película. Tanto a nivel de las productoras como de las distribuidoras existen diferencias de gestión de las empresas que no se pueden cuantificar con datos. Por ejemplo no contamos con respecto a las productoras con datos numéricos para medir el talento que tiene un director, la calidad de diseño que posee el escenógrafo, así como también resulta incuantificable la capacidad artística y/o actoral del elenco con el que se trabaja. Por eso se considerará que las diez productoras que tuvieron una mayor recaudación promedio, tienen una capacidad mayor para ganar mercado que el resto. La primera variable del modelo es pues una variable cualitativa. Se diferencian con un "1" las películas realizadas por esas diez primeras productoras del cuadro 3.1, y con un "0" las realizadas por el resto.

Lo mismo se aplicará a las distribuidoras. Las cuatro grandes tienen un poder de mercado que no se refleja exclusivamente en los gastos mayores de publicidad que realizan por película. En este sentido se toma una segunda variable cualitativa. Se seleccionan con un "1" las películas distribuidas por las "majors", y con un "0" al resto.

Por otra parte, la primera variable cuantificable será el coste de producción. El coste refleja la "intención" de calidad que pretende la película, y en este sentido se considera, por ejemplo, que una película en cuya realización se gastaron 200 millones tendrá una probabilidad mayor de éxito en taquilla, que una en la que se han invertido solamente 80 millones.

También los gastos de publicidad, como ya se ha visto, son importantes para que una película tenga o no tenga espectadores, y esta será la cuarta variable del modelo. Sin embargo se debe aclarar que se tomó conjuntamente como variable explicativa la suma de los gastos en copias y publicidad. Los gastos en copias podrían reflejar en parte la cantidad de salas con las que la empresa distribuidora realiza el contrato de distribución de la película, mientras que los gastos en publicidad simplemente promocionan el film. Cabe anotar adicionalmente, que el ICAA, proporciona subvenciones ante proyecto, ayudas a la amortización (subvención en taquilla), premios por especial calidad, y subvenciones a las empresas distribuidoras por gastos en publicidad.

Las subvenciones que podrían explicar la recaudación serían entonces, las ayudas ante proyecto, y los premios de especial calidad. Las subvenciones en taquilla son "expost", y por tanto no explicarían la recaudación. Por otra parte, las subvenciones a los gastos de publicidad, también podrían constituir una variable explicativa del modelo. Las primeras dos variables mencionadas en este párrafo, fueron probadas en el modelo, pero no resultaron significativas.

Este resultado por otra parte es lógico. Como se ha visto, las películas reciben ayudas independientemente de que tengan éxito o fracaso comercial. En la muestra se observaron tanto películas que no recibieron ayuda con una gran recaudación, como aquellas que recibieron el máximo reflejando posteriormente un fracaso absoluto en taquilla.

Por otra parte, la subvención a la publicidad que recibió cada película no puede ser utilizada en el modelo. El Real Decreto mencionado establece que "la ayuda será el 50% de los gastos realizados en copias y publicidad, con un tope máximo de 10 millones". Esta columna en los datos se construye automáticamente de la información referida a los gastos en copias y publicidad. Para todas las distribuidoras que gasten en este rubro una cantidad igual o inferior a 20 millones de pesetas, el subsidio será el 50%. Aquellas que pasen ese monto recibirán 10 millones. Esta variable al ser prácticamente una combinación lineal de la anterior, no aporta información relevante al modelo, por lo que tuvo que ser eliminada. No obstante, estos últimos tres resultados se analizarán con mayor profundidad en otro capítulo de este trabajo.

Los modelos econométricos establecen una relación lineal entre las variables explicativas que en este caso son la productora, la distribuidora, el coste de producción y los gastos en copias y publicidad con respecto a la variable explicada, que en este modelo es la recaudación. Sin embargo la relación que existe entre estas variables no es en todos los casos lineal.

En este sentido por una parte la recaudación y por otra una de las variables explicativas (los gastos en copias y publicidad), se ajustan mejor con una transformación logarítmica. El modelo definitivo quedó entonces así establecido:

$$\log(Rec_i) = \beta_1 P_i + \beta_2 D_i + \beta_3 Coste_i + \beta_4 \log(Coppub_i) + e_i$$

donde:

R_i = Recaudación de la película i , en miles de ptas.

P_i = Productora que realiza la película i (toma los valores 0 y 1).

D_i = Distribuidora de la película i (toma los valores 0 y 1).

$Coste_i$ = Coste de la película i , en miles de ptas.

$Coppub_i$ = Gastos en copias y publicidad de la película i , en miles de ptas.

e_i = error de la película i .

y de B_1 a B_4 , son los coeficientes de cada una de las variables anteriores respectivamente.

Y \log , es la transformación en logaritmos neperianos en cada una de las variables que corresponda.

Tanto el modelo en su conjunto, como cada uno de los coeficientes es significativo a un 1%. Los valores estimados para cada uno de los coeficientes, el nivel de ajuste, y la desviación típica del modelo fueron los siguientes:

$$\begin{aligned}\beta_1 &= 0,764705 & \sigma_1 &= 0,2747 \\ \beta_2 &= 1,065846 & \sigma_2 &= 0,193 \\ \beta_3 &= 5,237268E-6 & \sigma_3 &= 1,63E-6 \\ \beta_4 &= 0,87511 & \sigma_4 &= 0,0277 \\ R^2 &= 0,9902 \\ \sigma &= 1,02718\end{aligned}$$

Por otra parte, según el análisis de los residuos se puede comprobar que no se observan problemas de heterocedasticidad. Esto es, en el modelo final, los residuos cumplen con una gran aproximación los supuestos clásicos: distribución normal con idéntica varianza. También se comprueba observando la matriz de autocorrelación de las variables que no existen problemas de colinealidad significativos. Estos y otros resultados se pueden comprobar en el anexo estadístico de este trabajo. Es importante anotar que el modelo no tiene constante. La misma fue eliminada por no ser significativa. El modelo final se realizó con 125 observaciones.

La transformación del modelo para eliminar los logaritmos se realiza de la siguiente manera:

$$\exp(\log(Rec_i)) = \exp(\beta_1 * P_i) * \exp(\beta_2 * D_i) * \exp(\beta_3 * Coste_i) * \exp(\beta_4 * \log(coppub_i)) * e_i$$

que es igual a:

$$Rec_i = \exp(\beta_1 P_i) * \exp(\beta_2 D_i) * \exp(\beta_3 Coste_i) * Coppub_i^{\beta_4} * e_i$$

y para los valores de los coeficientes hallados el modelo queda establecido en:

$$Rec_i = \exp(0,764705 * P_i) * \exp(1,065846 * D_i) * \exp(5,2372E-6 * Coste_i) * Coppub_i^{0,87511}$$

Nótese que para estimaciones puntuales de la recaudación, el error en el modelo final también es multiplicativo. Esto es que si se pretende utilizar el modelo para la predicción de una película particular el margen de error crece también exponencialmente. Por ejemplo si se quiere estimar la recaudación para una película j se asignan valores concretos a cada una de las variables se sustituye en el modelo y se estima Rec_j . Esa estimación puntual es la media estadística de la recaudación según los resultados del modelo.

Al mismo tiempo, dicha estimación, tiene un margen de error. El mismo es igual a ¹:

$$Rec_j \pm \exp(t_{121}(0.95) * \sigma)$$

¹ donde $t_{121}(0,95)$ es el valor de una t de Student con 121 grados de libertad con alfa igual a 0,95. El valor de tablas de la misma es 1,96. Y sigma es la desviación típica residual que es igual 1,02. Por tanto el error en logaritmos queda establecido en un mas menos 1,9992 ($1,96 * 1,02$). Cuando se está hablando de una recaudación de entorno a los 100 millones, el logaritmo neperiano de esa cantidad es 11,51. Por tanto el margen de error estaría entre el exponente de 9.51 y 13.51, que dan cifras desproporcionadamente grandes. Esto refleja que la variabilidad de los datos de la muestra (y en general de los resultados económicos de los largometrajes) es muy amplia, lo que se refleja en la varianza del modelo. Sin embargo este resultado no impide sacar conclusiones generales en el comportamiento económico medio del sector analizado.

IV.2 INTERPRETACIÓN DEL MODELO.

IV.2.a. Las variables cualitativas

Los coeficientes B_1 y B_2 por multiplicar a variables cualitativas reflejan cuánto más en promedio recaudan las películas que están realizadas por una productora seleccionada con un 1 en la muestra y por una distribuidora seleccionada con un 1 respectivamente. Esto es que, la variable P puede tomar los valores 0 y 1. Por lo tanto $\exp(0.764705 * P_j)$ puede en realidad tomar solo dos valores:

$$\begin{aligned}\exp(0,764705 * 1) &= 2,148 \\ \exp(0,764705 * 0) &= 1\end{aligned}$$

Debido a que el modelo sin logaritmos es multiplicativo y considerando que todas las demás variables permanecen constantes, **este resultado refleja que una película realizada por una productora que tome el valor 1 en la muestra, recaudará en promedio 2.148 veces más que el resto.**

Con la variable D ocurre lo mismo. Por tanto los valores que puede tomar son los siguientes:

$$\begin{aligned}\exp(1,065846 * 1) &= 2,903 \\ \exp(1,065846 * 0) &= 1\end{aligned}$$

Considerando también que el modelo es multiplicativo, y suponiendo que el resto de las variables permanecen constantes, este resultado refleja *que una película distribuida por una mayor, en promedio recauda casi tres veces más* que una que es distribuida por el resto de las empresas.

IV.2.b La elasticidad coste de la recaudación

Los costes en el modelo no están expresados en logaritmos, por lo que los mismos aparecerán en la transformación del modelo multiplicando exponencialmente. Sin embargo también se puede observar que el coeficiente B_3 tiene un valor muy próximo a cero (0,000005237) por lo que **un incremento en los costes repercute escasamente en la recaudación final.**

Si se asignan valores concretos a las otras tres variables, se puede observar, como incrementa el valor de la recaudación a partir de un incremento en los costes.

Supongamos que se está hablando de una película h realizada por una "productora 1", distribuida por una "distribuidora 1", y que los gastos en copias y publicidad que realizó la distribuidora sean de 24,762 millones iguales a la media de este rubro en la muestra. Si se parte de un coste inicial de 100 millones de pesetas, entonces la media de la recaudación que estima el modelo es igual a:

$$Rec_h = \exp(0,764 * 1) * \exp(1,0658 * 1) * \exp(5,237E-6 * 100000) * 24762^{0,87} = 73705$$

esto es la película *h* recaudaría 73,705 millones de pesetas.

Si ahora incrementamos los costes en 5 millones de pesetas, esto es la película costaría ahora 105 millones, y mantenemos las otras tres variables iguales, la recaudación pasaría a ser de 75,560 millones.

Como se observa, un incremento del coste de cinco millones generó un incremento en la recaudación de menos de dos millones de pesetas (1,855 millones). Si repetimos el procedimiento manteniendo las tres variables iguales que en el ejemplo anterior pero se parte de un coste inicial de 200 millones pasando a 205 millones, la recaudación pasa de 124,436 millones a 127,738 millones. El incremento de la recaudación en este caso es 3,302 millones.

En el primer ejemplo se incrementaron los costes de la película en un 5% (5/100), lo que genera según el modelo un aumento en la recaudación del 2.5% (1855/73705). El incremento porcentual de la recaudación en relación con un aumento en el coste de producción de un 5%, es en este caso de un 50% (2.5%/ 5%). Si estimamos este incremento porcentual de la recaudación para el segundo tramo el resultado es de 106%. Este concepto se define como *la elasticidad coste de la recaudación* ($E_{c/r}$), y mide el incremento

porcentual de la recaudación, a partir de un incremento del 1% en los costes. Formalizando tenemos que :

$$E_{c/r} = \frac{\partial \log Rec}{\partial \log Coste} = (\partial Rec / \partial Coste) * (Coste / Rec) = \beta_3 * Coste$$

Como se observa, la elasticidad depende del monto invertido en costes. Para el coeficiente B_3 estimado en el modelo queda establecido en:

$$E_{c/r} = 5,237E-6 * Coste$$

Si bien el coeficiente B_3 es significativo, su valor en particular refleja la escasa incidencia que esta variable tiene en la recaudación. Esto podría explicar en parte por que una productora que incrementa mucho su presupuesto de una película a otra no obtiene los resultados esperados en la recaudación. Por ejemplo Atrium Producciones realizó "Como ser infeliz y disfrutarlo" casi triplicando el presupuesto de otra película suya ("El amor si tiene cura") pasando de un presupuesto de 56,842 millones a uno de 158,777 millones.

Con la segunda recaudó solamente 24 millones más que con la primera (de 47,823 millones pasó a 72,213 millones). Si bien existen restricciones a la hora de la elaboración de los presupuestos de acuerdo al tipo de película que la productora quiere realizar, según este resultado parece que es muy difícil un éxito en taquilla pensando exclusivamente en un incremento de costes.

IV.2.c La elasticidad publicidad de la recaudación

El coeficiente B_4 multiplica a la variable *Coppub* en logaritmos por lo que su transformación exponencial en el modelo es :

$$Coppub^{B_4}$$

Como se observa, en la transformación final del modelo la variable *Coppub* aparece multiplicando; a su vez el coeficiente tiene un valor próximo a 1. **El incremento de los gastos en copias y publicidad tiene una repercusión mayor en el incremento final de la recaudación, que el generado por los costes.**

Supongamos que ahora se está hablando de una película *z* realizada por una "productora 1", distribuida por una "distribuidora 1", y que los costes para la realización de la misma fueron de 157,241 millones iguales a la media de este rubro en la muestra. Si partimos de un gasto en copias y publicidad de 10 millones de pesetas, entonces la media de la recaudación que estima el modelo es igual a:

$$Rec_z = \exp(0,764 * 1) * \exp(1,0658 * 1) * \exp(5,237E-6 * 157241) * 10000^{0,8751} = 44987$$

esto es la película *z* recaudaría 44,987 millones de pesetas.

Si ahora incrementamos los gastos en copias y publicidad en 1 millón de pesetas (con lo cual los gastos en este rubro serían ahora de 11 millones de pesetas), y mantenemos las otras tres variables iguales, la recaudación pasaría a ser de 48,900 millones. Como se observa, un incremento del gasto en copias y publicidad de un millón de pesetas generó un incremento en la recaudación de casi cuatro millones.

Si repetimos el procedimiento manteniendo las tres variables iguales que en el ejemplo anterior, pero se parte de un gasto en copias y publicidad inicial de 30 millones pasando posteriormente a 31 millones, la recaudación pasa de 117,657 millones a 121,082 millones. El incremento de la recaudación en términos absolutos es de 3,425 millones.

En el primer ejemplo se incrementaron los gastos en copias y publicidad de la película en un 10% (1/10), lo que genera según el modelo un aumento en la recaudación del 8,70% (3913/44987). El incremento porcentual de la recaudación en relación con un aumento de los gastos en copias y publicidad del 10%, es el 87% (0,087/0,10). Si estimamos este incremento porcentual de la recaudación para el segundo tramo el resultado es idéntico, 87%.

Este concepto se define *como elasticidad publicidad de la recaudación (E_p/r)*. Formalizando, y para incrementos del 1% en gastos en copias y publicidad tenemos que:

$$E_{p/r} = \frac{\partial \log Rec}{\partial \log Coppub} = (\partial Rec / \partial Coppub) * (Coppub / Rec) = \beta_4$$

Como se puede observar en este caso, la elasticidad es constante, y según el parámetro estimado en el modelo, igual a 87,1511 %.

En el modelo, se estimó una elasticidad publicidad de la recaudación constante. Sin embargo, conviene precisar que esta es una elasticidad promedio, estimada para los gastos de todas las empresas distribuidoras. Es lógico que aquellas distribuidoras que tengan un mejor resultado en el uso de sus recursos en general, tengan por tanto una mayor eficiencia en los gastos de publicidad.

Se ha definido en el modelo que las distribuidoras que mejor resultado tienen con respecto a las demás son las "majors". Su recaudación promedio, casi tres veces mayor que el resto de las distribuidoras, refleja su mayor capacidad de gestión empresarial, y en general son como ya se dijo variables no cuantificables. Sería lógico pensar, sin embargo que esta mayor recaudación promedio se debe también, a que estas distribuidoras tienen una elasticidad mayor que el resto. Esto es, que el coeficiente B_2 correspondiente a la variable D , tiene incorporado ya este efecto. También se puede agregar en el mismo sentido que la elasticidad no sería igual para gastos bajos de publicidad que para gastos elevados.

Analizando los gráficos de otros modelos con los que se ha trabajado, se observa que

la elasticidad es constante hasta un punto que estaría cerca de los 30 millones, incrementa hasta los 40 millones, y luego vuelve a decrecer. Esto es, se podría decir que existe un mayor rendimiento en los gastos publicitarios cuando estos se encuentran entre 30 y 40 millones de pesetas. Estos resultados no se pudieron recoger en el modelo final, ya que probando con los diferentes métodos existentes se generaron problemas de inconsistencia en el modelo econométrico.

Como se ha visto el modelo explica la recaudación en función, por una parte, de variables referentes a la realización del film, y por otra de variables referentes a la distribución. Para que una película tenga éxito en taquilla, es necesario que se conjuguen positivamente todas las variables del modelo. Esto es una película recaudará más si la realiza una "buena productora", con un elevado coste de producción, y la distribuye una "major" que invierte una gran cantidad de dinero en su difusión. Pero como ya se ha analizado, los gastos en publicidad y la distribuidora, tienen un mayor peso relativo en el resultado final de la película que el que los haga una productora buena invirtiendo un gran presupuesto en su realización. Del modelo econométrico propuesto se puede concluir que **el peso relativo en el resultado final que una película tenga en la recaudación depende de forma mucho más categórica de las variables referidas a la distribución que de la propia producción.**

CAPÍTULO V: CONTRATOS ENTRE PRODUCTORAS Y DISTRIBUIDORAS, SUBVENCIONES PUBLICAS Y MAXIMIZACION DE INGRESOS

Para conocer, según el modelo, cual es el resultado final que obtienen las empresas participantes en relación con la recaudación en taquilla, se debe definir, por una parte, cuáles son los acuerdos comerciales que se establecen entre productoras y distribuidoras, y por otra parte, cómo intervienen las subvenciones públicas en el resultado final.

V.1 CONTRATOS ENTRE EMPRESAS PRODUCTORAS Y DISTRIBUIDORAS

Hasta ahora se ha manejado que los gastos en copias y publicidad es una variable vinculada con la distribución. Pero la definición de quién paga finalmente esos gastos, depende del acuerdo comercial que se haga entre empresas productoras y distribuidoras. Sería lógico pensar que, como quien maneja las variables vinculadas a la promoción de una película es la empresa distribuidora, sea esta empresa la que cargue con los gastos en copias y publicidad.

Sin embargo, se ha visto que las películas españolas tienen en general pobres recaudaciones. En este sentido es arriesgado gastar entre 20 y 90 millones en publicidad, si los ingresos de la empresa distribuidora están ligados a un porcentaje de la recaudación. La empresa distribuidora, aprovechándose de su poder de mercado, transfiere este riesgo a la empresa productora: negocia un porcentaje de la recaudación más pequeño que lo usual para si misma, asignándole a la empresa productora un mayor porcentaje, pero a cambio de que esta corra con los gastos en copias y publicidad.

Según la Unión de Productores de Cine y T.V.¹ el modelo español de distribución de la recaudación en taquilla de película española es de la siguiente manera. Sobre el 100% bruto de recaudación en taquilla el 51% va para la sala de exhibición y el 6% al pago del IVA. Del 43% restante va un fijo del 13% para la empresa distribuidora y un 30% para la productora. La empresa productora deberá de pagar de ese porcentaje los gastos en copias y publicidad.

Naturalmente esta distribución de los ingresos es la que se produce normalmente, lo cual no impide que existan acuerdos particulares. Pero en este trabajo se supondrá esta forma de contrato entre las empresas productoras y distribuidoras. Por tanto, de sus ingresos, la empresa productora deberá de pagar los gastos en copias y publicidad.

¹ Citado por Ramiro Gomez B. Castro en "El cine: enfermedades crónicas" - Bustamante y Zallo Editores, 1988

V.2 SUBVENCIONES PÚBLICAS

Como ya se ha visto el ICAA proporciona, por una parte **subvenciones a la publicidad** (50% de la inversión en gastos en copias y publicidad con un tope máximo de 10 millones de pesetas). Las mismas se negocian con la empresa distribuidora. Si el acuerdo entre las empresas productoras y distribuidoras es el que se ha supuesto hasta ahora, naturalmente consideraremos que esta subvención también va destinada a la empresa productora.

Por otra parte, según la ley vigente a la fecha considerando las modificaciones realizadas por el ICAA en octubre de 1994 (se han anulado prácticamente las subvenciones ante proyecto), existen las siguientes subvenciones para la amortización de los gastos de producción de una película:

- I) un 15% sobre la recaudación en taquilla para todas las películas.
- II) Adicionalmente, si la película supera una recaudación de 30 millones de pesetas en taquilla, la productora podrá optar por una de las siguientes opciones:
 - a) un 25% de la recaudación en taquilla (con la que en total llegaría a un 40% sobre la taquilla).
 - b) el 33% de la inversión del productor, con un tope máximo en este concepto que no puede superar los 100 millones de pesetas.

La inversión del productor será la cantidad aportada por él mismo, derivada del coste de la película. Esto es, la inversión del productor será todo el coste de realización, menos las subvenciones y/o aportes realizados por instituciones o empresas públicas.

Si se supone que la inversión del productor es igual al coste total de la película (esto es que la película no recibe subvenciones ni aportes de empresas públicas previas a la realización del film), entonces el productor optaría por uno de los dos mecanismos de la siguiente manera:

a) Si $0,25 \text{ Rec} > 0,33 \text{ Coste}$, lo que es equivalente a $\text{Rec} > 1,32 \text{ Coste}$, es decir que la recaudación supere en un 32% el coste, el productor elejirá como subvención adicional el 25% de la recaudación en taquilla;

b) de lo contrario, optaría por el 33% del coste.

Según los datos de la muestra con la que se realizó el modelo econométrico, solo el 9,5% de las películas tuvieron una recaudación superior en un 32% al coste de producción. Según esta misma ley, el productor debe optar por uno u otro mecanismo antes de conocer el resultado en taquilla. Por otra parte como se ha visto, al 90,5% de las películas incluidas en la muestra les convendría optar por el 33% del coste. De aquí en adelante se supondrá entonces que sólo existe la segunda opción para este tipo de apoyos, esto es el productor recibirá como subvención a la amortización del film el 33% del coste.

V.3 MAXIMIZACIÓN DE LOS "BENEFICIOS" DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS

Para obtener las condiciones de primer orden, esto es, definir hasta qué punto a la empresa productora le convendrá seguir incrementando el coste de producción o los gastos en copias y publicidad para hacer máximos sus beneficios, seguiremos el siguiente método:

- a) primero se supondrán constantes los costes de producción dejando como única variable los gastos en copias y publicidad; de esta forma se observará como varía la recaudación (y por tanto los ingresos de la empresa productora), al incrementarse los gastos en copias y publicidad (en este caso sus costes);
- b) posteriormente se trabajará el ejemplo contrario. Esto es, se dejarán como constantes los gastos en copias y publicidad, analizando como incrementa la recaudación, a partir de aumentos paulatinos en el coste de producción.
- c) se dejan de lado las variables cualitativas en este análisis por ser constantes.

Centrándonos en el primer caso, si los costes son constantes tanto los ingresos como los gastos referidos a este concepto (subvención del 33% del coste, coste de producción) son constantes. Lo mismo ocurrirá con la subvención destinada a gastos en copias y publicidad, si estos igualan o superan la cifra de 20 millones de pesetas. Por tanto los ingresos y costes por estos conceptos ,a los efectos de la maximización de los beneficios, no se tomarán en cuenta como a las variables cualitativas.

Si no se toman en cuenta las subvenciones, los ingresos de la empresa productora serán el 30% de la recaudación (por contrato con la empresa distribuidora). Los ingresos de la empresa productora serán entonces un 30% de la recaudación. Sus costes los gastos en copias y publicidad.

Sabiendo que la elasticidad publicidad de la recaudación es la derivada parcial de la recaudación con respecto a los gastos en copias y publicidad, entonces, para ejemplificar se obtendrá la condición de primer orden a partir de este resultado.

Recordando entonces que la elasticidad publicidad de recaudación es igual a:

$$\frac{\frac{\partial Rec}{Rec}}{\frac{\partial Coppub}{Coppub}} = 0,87$$

entonces:

$$\partial Rec = 0,87 * \frac{\partial Coppub}{Coppub} * Rec$$

Como el ingreso de la productora no es igual al total de la recaudación, sino que es igual a un 30% de la recaudación, entonces el ingreso marginal de la productora por un incremento marginal en sus gastos en copias y publicidad es de:

$$Ing. mg. = 0,30 * 0,87 * \frac{\partial Coppub}{Coppub} * Rec$$

Sabiendo que para que una empresa maximice sus beneficios, el ingreso marginal deberá ser igual al coste marginal, entonces en este caso el ingreso marginal de la productora deberá ser igual al incremento en gastos en copias y publicidad, o lo que es lo mismo:

$$0,261 * \frac{\partial Coppub}{Coppub} * Rec = \partial Coppub$$

de donde despejando Rec y reordenando se tiene que:

$$Rec = 3,83 Coppub$$

Este resultado indica que a la productora le convendrá incrementar sus gastos en publicidad hasta el punto en que la recaudación se iguale a 3,83 veces el gasto en copias y publicidad.

Si se incorporan las subvenciones automáticas del 15% sobre la recaudación, entonces el ingreso marginal de la productora sería igual al 45% de la recaudación en taquilla (30% por contrato mas 15% por subvenciones). Lo que es lo mismo que:

$$Ing.mg. = 0,45 * 0,87 * \frac{\partial Coppub}{Coppub} * Rec$$

Igualando, como en el caso anterior el ingreso marginal al incremento marginal de los gastos en copias y publicidad, se obtendría la siguiente igualdad:

$$0,3915 * \frac{\partial Coppub}{Coppub} * Rec = \partial Coppub$$

de donde, despejando Rec, y reordenando se tiene que:

$$Rec = 2,55 Coppub$$

Tomando en cuenta las subvenciones del 15%, la productora maximizará sus beneficios en el punto donde la recaudación se iguale a 2,55 veces el gasto en copias y publicidad.

Por otra parte si se mantienen los gastos en copias y publicidad constantes y se hacen variar los costes de producción se llega a un resultado análogo. Pero en este caso, para hacer máximos los ingresos de la empresa productora incrementando los costes de producción, la recaudación se iguala a una constante.

Este resultado no tiene sentido en la práctica concreta de la producción de cine. En primer lugar, porque, con los ingresos que obtienen las empresas productoras en el mercado español (incluyendo subvenciones), nunca (o casi nunca) se cubren los costes de producción de una película. Es necesario además obtener los ingresos correspondientes a derechos de antena, etc.

Sin embargo en este trabajo supondremos y sólo a los efectos de buscar una racionalidad teórica que la empresa productora buscará maximizar la relación que existe entre sus ingresos netos de gastos de publicidad y el coste de producción. Es decir, mientras la empresa siga incrementando la relación ingresos/coste, le seguirá conviniendo aumentar sus costes de producción².

²El coste de producción como se ha visto casi siempre es mayor que los ingresos más las subvenciones que las empresas productoras reciben por taquilla. Minimizar las pérdidas exclusivamente con este modelo sería no realizar la película. En la práctica las productoras buscan cubrir la mayor parte del coste con los ingresos en taquilla pero hasta cierto límite. Esto es que las productoras tienen una capacidad limitada de ingreso por los conceptos de derecho de antena y venta de video. Este límite lo impone el tamaño del mercado español. Si una película excede por ejemplo un coste de 400 millones de pesetas se torna casi imposible amortizar el largometraje.

Si se recuerda que la elasticidad coste recaudación según el modelo econométrico es igual a:

$$\beta_4 * Coste_i$$

se puede observar que la misma crecerá en relación al aumento del coste de producción. Por tanto el ingreso marginal de la productora será también siempre creciente en relación al incremento del coste. En este sentido se puede tomar como resultado genérico que a la productora siempre le convendrá incrementar su coste de producción.

Se debe recordar que este resultado es cierto hasta el punto en que las subvenciones correspondientes al 33% del coste no superen los 100 millones de pesetas. Pasando este umbral la relación ingreso/recaudación de la productora comenzará a descender.

CAPÍTULO VI: SIMULACIÓN

VI.1 INTRODUCCIÓN

Este capítulo tendrá como objetivo mostrar de una manera más cabal cómo funciona el modelo. Según se ha visto, asignando valores arbitrarios a las cuatro variables, se puede obtener una estimación del valor final de recaudación. Por una parte definiendo las variables cualitativas, es decir si la productora es una empresa 1 ó 0, y si la distribuidora es una "major" o una española. Por otra, definiendo las variables cuantitativas y haciendo variar los gastos realizados en copias y publicidad y el coste de producción de la película. Según se vayan asignando valores a cada una de estas variables, se irá obteniendo, la recaudación estimada que corresponda a cada caso.

Por otra parte, si el modelo estima la recaudación, al haber definido tanto los gastos en copias y publicidad como el coste de producción, se obtendrán todos los valores necesarios para definir los ingresos netos de gastos que en cada caso obtienen las empresas productoras y distribuidoras.

Según se ha definido anteriormente, las empresas distribuidoras recibirán el 13% de la recaudación en taquilla. Por su parte, las empresas productoras recibirán el 30% de la recaudación, menos sus gastos en copias y publicidad (ingresos netos de gastos).

Al mismo tiempo, se sabe que el ICAA otorga una ayuda a la distribución de la película que consiste en el 50% de los gastos en copias y publicidad, hasta un tope máximo de subvención por este concepto de 10 millones de pesetas. Según se ha supuesto, estos gastos corren por cuenta de la empresa productora. Las ayudas a la distribución por tanto, se sumarán a los ingresos netos de gastos en publicidad realizados por la empresa productora.

Por otra parte, el Ministerio de Cultura, otorga ayudas a la amortización de la película. Las mismas consisten en el 15% de la recaudación para todos los largometrajes. Al mismo tiempo, si el film supera los 30 millones de recaudación en taquilla, la productora podrá optar entre un 25% adicional sobre la recaudación, o el 33% de la inversión del productor para la realización del film. Sobre dichas bases este trabajo, como se ha dicho, parte de dos supuestos:

a) el primero es que la inversión del productor será igual al coste del film. Esto es que el productor no recibirá previamente al estreno del film, ningún tipo de ayuda pública, por lo que todos los gastos de realización del film serán hechos por el productor;

b) en segundo lugar, como ya se ha comentado, según la muestra utilizada, el 90% de las películas tendría una mayor subvención de optar por ese 33% del coste, que si eligiesen el 25% de la recaudación. Para simplificar supondremos que todas las productoras, de superar los 30 millones de recaudación en taquilla optarán por el 33% del coste de producción.

Considerando estos elementos se tendrán pues, todas las definiciones necesarias para obtener el total de los ingresos de las empresas productoras (ingresos netos de gastos más subvenciones). El 30% de la recaudación menos los gastos en copias y publicidad serán los ingresos netos. Si a esto se le suman las subvenciones en publicidad, el 15% sobre la recaudación, y, en aquellos casos en que se superen los 30 millones de recaudación, el 33% de la inversión del productor, se obtendrán los ingresos totales de la empresa productora por concepto de proyección en salas.

A esto conviene agregar que se pueden comparar posteriormente las subvenciones que reciben las productoras, según el resultado final que estas empresas obtienen en taquilla. **Por tanto, las simulaciones realizadas se utilizarán, en primer lugar, para conocer cuáles son las variables que están incidiendo más en la recaudación en taquilla; en segundo lugar, para ejemplificar cómo se reparten los ingresos entre empresas productoras y distribuidoras; y, por último, para poner de manifiesto cómo está operando el sistema actual de subvenciones públicas.**

Se harán tres simulaciones diferentes. En la primera, se mostrará cómo afecta el resultado final de la recaudación (y por consiguiente los ingresos entre las empresas productoras y distribuidoras) dependiendo de si la película es distribuida por una empresa "mayor", o por una distribuidora española. En la segunda se observará la evolución de la recaudación, comparando el resultado que obtendría una empresa productora seleccionada con un "1", con el que lograría otra calificada con un "0".

En la tercera y última se simulará la recaudación haciéndola depender de las cuatro variables del modelo. Se comparará entonces el resultado final, dependiendo de los gastos en copias y publicidad, coste de producción, distribuidora que participa y empresa productora.

VI.2 SIMULACIÓN 1

En primer lugar se simuló una película producida por una productora "1", distribuida por una distribuidora "1", con un coste de producción constante igual al coste medio obtenido en la muestra de 157,241 millones de pesetas. Los gastos en copias y publicidad de esta película se harán variar de 10 a 59 millones (50 observaciones), con incrementos de un millón de pesetas.

Esta primera simulación, indicará por una parte qué efecto tendrá en la recaudación en taquilla el incremento del gasto en copias y publicidad de una película en un millón de pesetas. Por otra podremos comparar la diferencia del resultado final en taquilla de películas con idénticas características, con la única excepción de que la primera es distribuida por una empresa "major", y la segunda por una distribuidora española.

En el caso de la película distribuida por un "major", en la observación 1 tendrán los siguientes valores. Las variables cualitativas toman en ambos casos el valor 1, el coste de

producción se ha supuesto para las 50 observaciones constante como se ha dicho e igual a 157,241 millones de pesetas. La observación 1 tendrá un gasto de copias y publicidad de 10 millones de pesetas. La recaudación media estimada por el modelo en esta primera observación será entonces de:

$$Rec_1 = \exp(0,76 * 1) * \exp(1,065 * 1) * \exp(5,23 E-6 * 157241) * 10000^{0,875} = 44987$$

esto es, que la recaudación de la película en la observación 1 sería de 44,987 millones de pesetas. Siguiendo el mismo procedimiento la recaudación de la película para la observación 2, que tendría un gasto de 11 millones de pesetas, sería de 48,900 millones de pesetas.

La recaudación de esta película según el modelo oscilaría para todo el rango de las 50 observaciones entre los 45 a 212 millones (ver gráfico 6.1). Según la definición realizada en el capítulo anterior, los ingresos de la distribuidora serán el 13% de la recaudación en taquilla. Los mismos, oscilarán entonces entre 5,8 y 27,6 millones de pesetas (gráfico 6.2).

Si la productora no tuviera subvenciones maximizaría sus ingresos netos de gastos con un gasto de 38 millones en copias y publicidad. Según el resultado del capítulo anterior, si la empresa productora no contara con las subvenciones para la amortización del 15% sobre la recaudación en taquilla, a esta siempre le convendría incrementar su gasto en copias y

publicidad, hasta el punto en que la recaudación sea igual que 3,83 de dicho gasto ($Rec = 3,83 \text{ Coppub}$).

Sin embargo, dado que recibe, como concepto de subvención a la amortización de los largometrajes el 15% sobre la recaudación en taquilla (además de las dos subvenciones fijas de 10 millones de coppub más 33% de coste), maximiza sus ingresos totales en el punto de mayor recaudación.

En este punto y como también se ha visto en el capítulo anterior, si se incluyen las subvenciones, la inversión en publicidad le seguirá siendo rentable a la empresa productora, siempre que la recaudación en taquilla sea 2,55 veces superior al gasto en copias y publicidad ($Rec > 2,55 \text{ Coppub}$), relación que como se puede apreciar, se da en todo el rango analizado (ver gráfico 6.3).

Esta simulación anterior, se compara con una película con las mismas características, con la única diferencia de que esta es distribuida por una distribuidora "0". Por ejemplo, para la observación 1, la estimación de recaudación que genera el modelo será de:

$$Rec_1 = \exp(0,764 * 1) * \exp(1,065 * 0) * \exp(5,23 E-6 * 157241) * 10000^{0,87} = 15495$$

esto es que la recaudación de la película en la observación 1 en este caso sería de 15,495 millones de pesetas.

Como se puede observar, si se está hablando de una película con idénticas características, pero con la diferencia de que la distribuye una empresa española, en vez de una de las "majors" norteamericanas, la recaudación en taquilla es casi tres veces menor.

El rango de recaudación en este segundo ejemplo, oscila entre los 15,5 y 73 millones de pesetas, tal como se había visto en el capítulo referente al modelo econométrico, esto es en todo el rango analizado, la recaudación en este segundo ejemplo es casi 3 veces menos que el caso anterior (gráfico 6.1). La empresa distribuidora por su parte, obtiene unos ingresos de entre 2 y 9,5 millones de pesetas (13% de la recaudación, gráfico 6.2).

Los ingresos netos de gastos de la empresa productora son para todos los casos negativos, incluso sumando las subvenciones de publicidad y la automática del 15% sobre recaudación en taquilla. En todos los puntos del ejemplo, la recaudación es menor a 2,55 de los gastos en copias y publicidad. **Por tanto si la empresa productora contara solamente con las subvenciones del 15% automática y la de los 10 millones por publicidad, a la misma no le convendría estrenar la película ya realizada.**

De todas maneras, como la empresa puede aspirar a la subvención del 33% sobre el coste una vez que supere los 30 millones de recaudación en taquilla, entonces el punto donde la empresa productora maximiza sus ingresos es en la observación número 13 con un gasto en copias y publicidad de 22 millones de pesetas y con una recaudación de 30,8 millones. Accediendo a esta subvención, la empresa obtiene un ingreso total de 53,791 millones de pesetas (gráfico 6.4).

Este ejemplo muestra dos películas con exactamente iguales condicionantes. Si la película es distribuida por una empresa "major", maximiza sus ingresos con el gasto máximo de publicidad de 59 millones, obteniendo unos ingresos totales de 98,5 millones. Si la película es distribuida por una distribuidora española, la productora maximiza su ingreso con un gasto de publicidad de 21 millones, obteniendo un ingreso de 53,7 millones (gráfico 6.5). Según este resultado, toda productora desearía que su película fuese distribuida por una de las "majors".

Conviene observar que si las dos empresas gastan 22 millones en copias y publicidad; para el primer caso la recaudación en taquilla es de 89,6 millones y para el segundo caso es de 30,8 millones. El total de subvenciones recibidas en el primer caso es de 75,3 millones, mientras que en el segundo caso es de 66,5 millones de pesetas. **La película distribuida por una "major" recaudó casi 200% mas que la distribuida por una empresa española, y sin embargo, solamente recibió una subvención un 13,6% más alta (gráfico 6.6).**

Si se sitúan en el punto donde cada una de las empresas productoras maximiza sus ingresos, entonces para el primer ejemplo la recaudación es de 212 millones de pesetas, y para el segundo caso se sitúa en 38 millones de pesetas.

Los ingresos totales de las empresas productoras son 98,582 millones, contra 53,791 millones de pesetas respectivamente. El total de subvenciones recibidas en cada caso son de 93,787 contra 66,523 millones de pesetas. Mientras que con el primer ejemplo la recaudación fue un 583% superior, las subvenciones se ubicaron solamente un 40,98% por encima.

GRÁFICOS: SIMULACIÓN 1

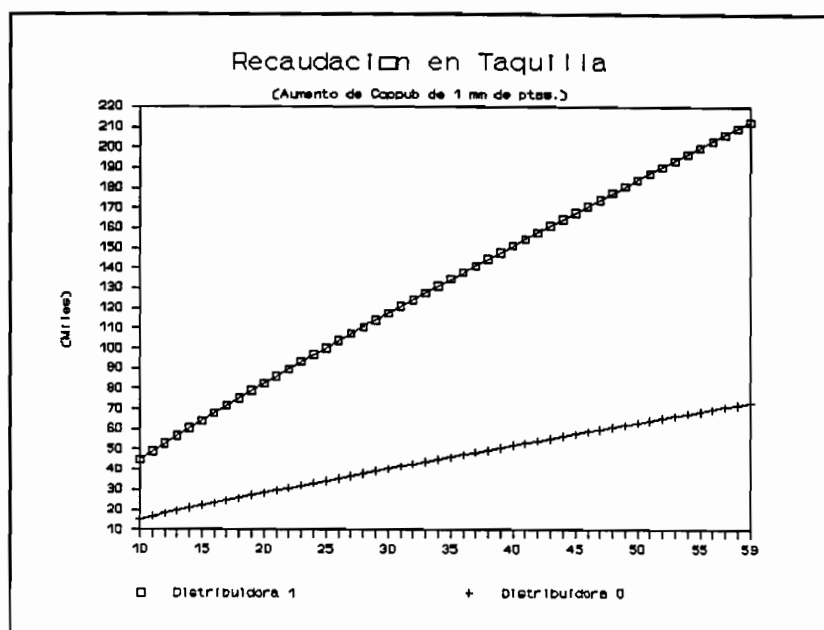


Gráfico 6.1.

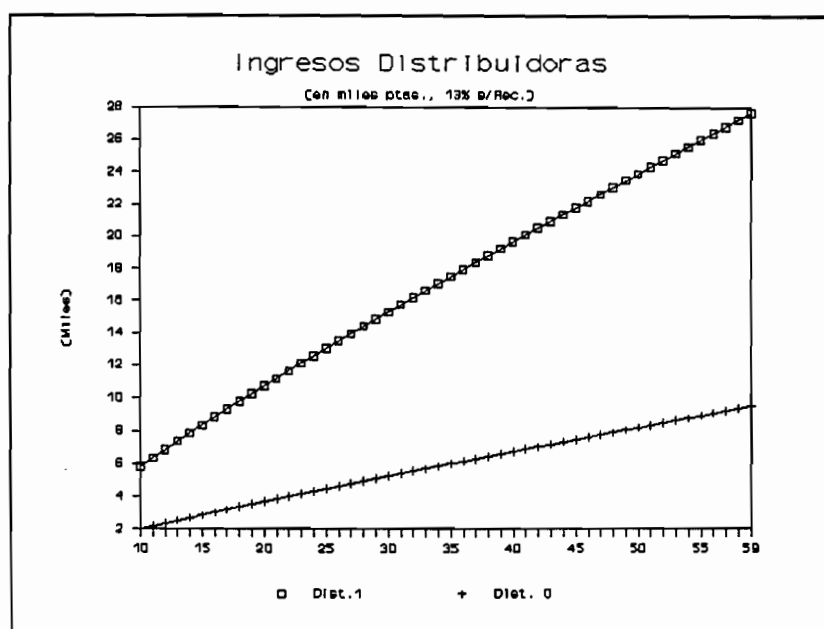


Gráfico 6.2.

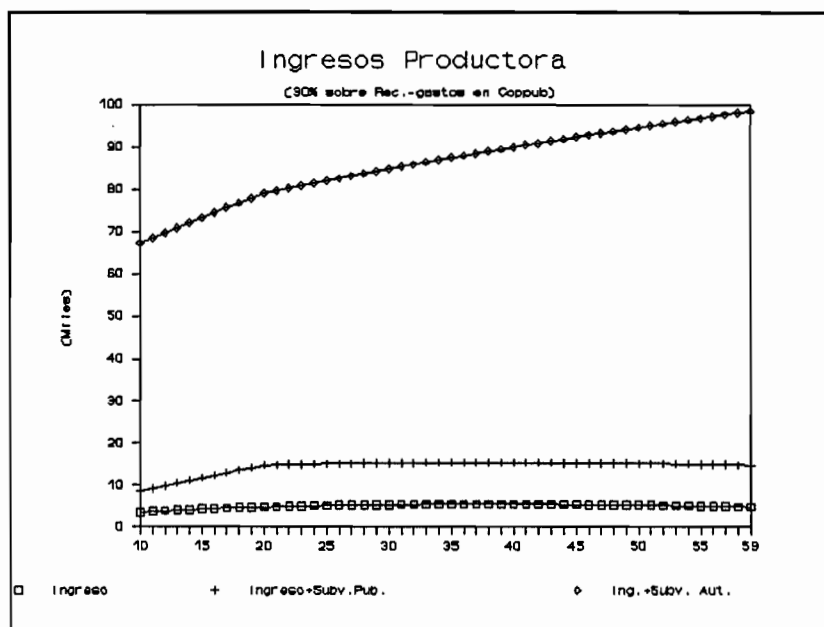


Gráfico 6.3.

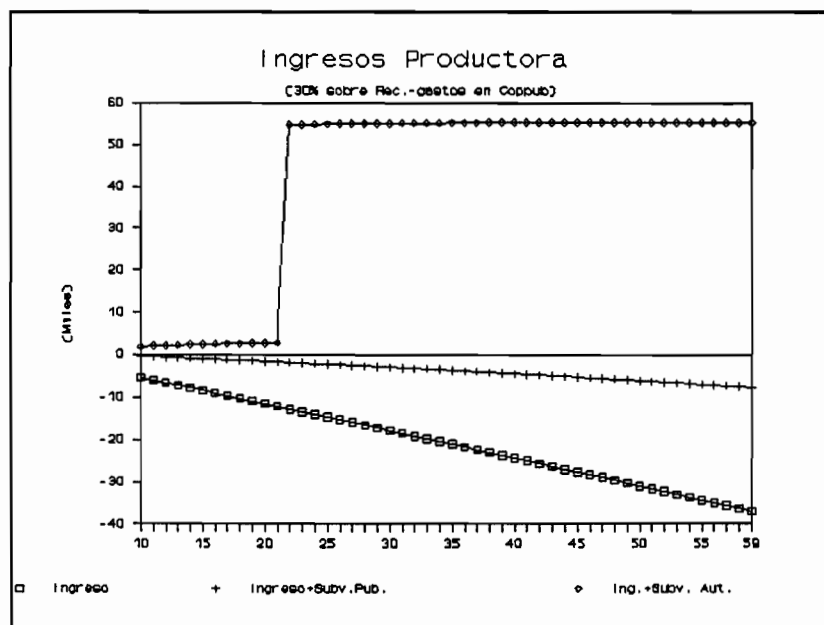


Gráfico 6.4

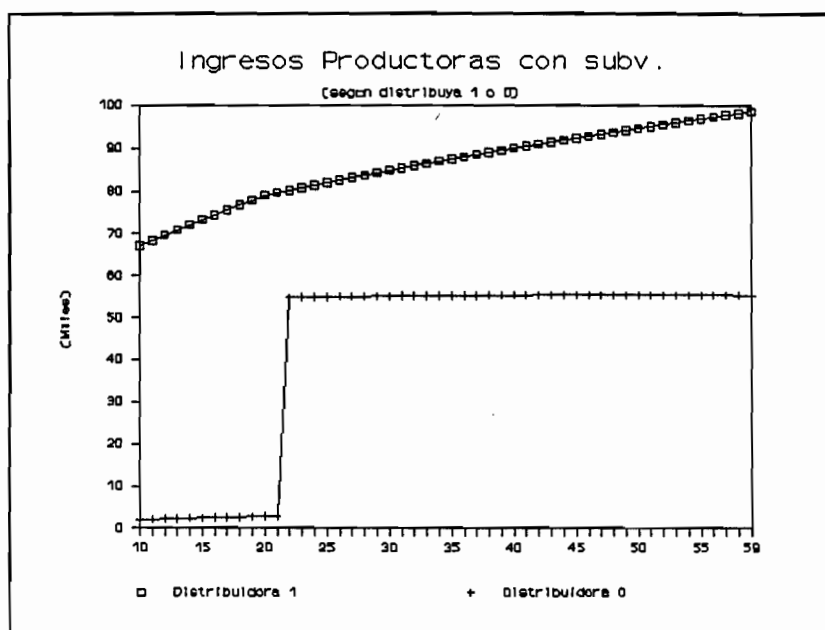


Gráfico 6.5

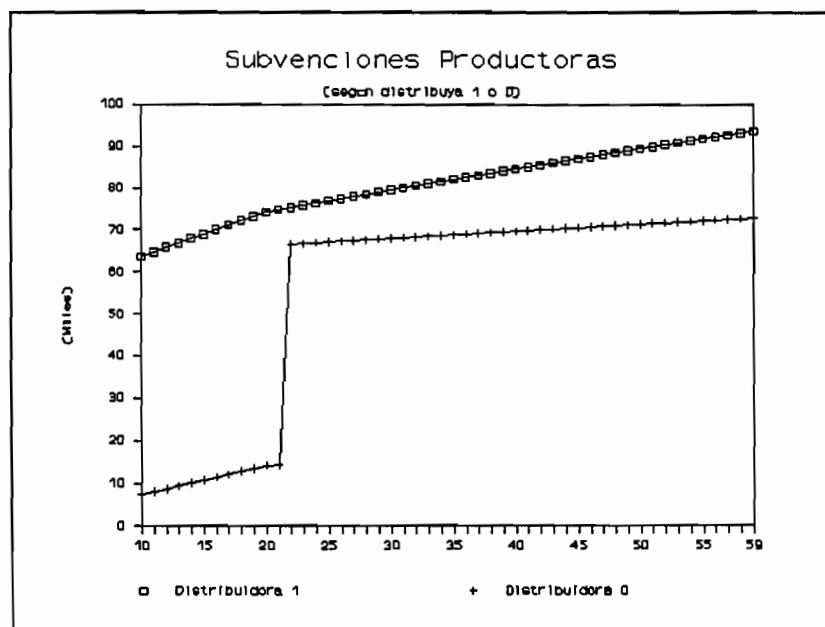


Gráfico 6.6.

IV.3 SIMULACIÓN 2

En este apartado se ejemplificará, por una parte, cómo varía la recaudación en taquilla de una película incrementando su coste, y, por otra, se comparará la diferencia de recaudación en taquilla que obtienen películas con idénticas características, con la diferencia de que, una, será realizada por una productora con mayor capacidad de gestión (productora "1"), y ,la otra, por una empresa con menores probabilidades de éxito en taquilla (productora "0").

Para esto, se tomó una película producida por una productora "1", distribuida por una "mayor", con un gasto en copias y publicidad constante, igual a la media obtenida en la muestra por este concepto, de 24,7 millones de pesetas. Los costes de producción de esta película se harán variar de 100 a 345 millones de pesetas, con incrementos de a 5 millones. Por ejemplo para la observación 1, el modelo estimaría la siguiente recaudación:

$$Rec_1 = \exp(0,764 * 1) * \exp(1,0658 * 1) * \exp(5,237E-6 * 100000) * 24762^{0,87} = 73705$$

esto es la recaudación de la película en la observación 1, con un coste de 100 millones de pesetas sería de 73,705 millones. Siguiendo el mismo procedimiento para el caso de la observación 2, con un coste de 105 millones, la recaudación, sería de 75,660 millones de pesetas.

La recaudación en este caso se moverá en un rango de 73,7 a 265,9 millones. Esta se comparará con una película con las mismas características con la diferencia de que, en vez de estar realizada por una productora "1" lo estará por una productora "0". Por ejemplo para este segundo caso, la recaudación en la observación 1 será igual a:

$$Rec_1 = \exp(0,764 * 0) * \exp(1,0658 * 1) * \exp(5,237E-6 * 100000) * 24762^{0,87} = 34307$$

esto es, la película en la observación 1 obtendría una recaudación estimada por el modelo de 34,307 millones de pesetas. En este caso la recaudación se moverá en un rango de 34,3 a 123,7 millones de pesetas. La recaudación de la primera -confirmando otro resultado del modelo econométrico- será 2,14 veces superior a la segunda para todo el rango analizado (gráfico 6.7).

Por su parte los ingresos de la distribuidora serán el 13% de la recaudación en ambos casos. **Siempre le será más rentable a una distribuidora "major" distribuir una película realizada por una empresa "1" que una realizada por una empresa "0".** En el apartado anterior, se llegó a la conclusión de que toda productora española desearía que su película fuese distribuida por las mejores empresas distribuidoras, esto es las "majors". **Con los resultados de este apartado, se puede concluir que siempre las "majors" buscarán las mejores productoras para distribuir sus películas. Se constata pues, que las mejores empresas productoras buscarán a las mejores distribuidoras y viceversa (gráfico 6.8).**

En esta segunda simulación, la recaudación aumenta en función del incremento del coste de realización. Los ingresos de las productoras en ambos casos son crecientes en todos los puntos. Los ingresos netos de gastos de publicidad son en un inicio negativos, pero a partir de un coste de producción de 125 millones para la productora "1" y de 270 millones para la productora "0", ambos obtienen ingresos netos positivos. Con subvenciones en todos los puntos las empresas obtienen ingresos positivos, y los mismos son siempre crecientes (gráficos 6.9 y 6.10).

El único inconveniente es que los costes de producción en cada punto incrementan en cinco millones de pesetas. Como se puede observar también el incremento de los ingresos (incluso considerando el total de las subvenciones de las productoras) siempre es menor que cinco millones de pesetas. Para ambos casos por tanto los ingresos menos el coste de realización es también crecientemente negativo en todos los puntos. Como las pérdidas son crecientes, si la empresa productora obtuviera exclusivamente ingresos por el concepto de proyección en salas, en el punto en que menores pérdidas obtendría sería en el coste más bajo. Sin embargo como se ha visto, las productoras obtienen parte de sus ingresos por venta en video y derechos de antena, elementos no analizados en este trabajo. Como se ha supuesto en el capítulo anterior, lo que más le conviene a la productora es obtener unos ingresos tales, que hagan máximo el cociente entre los costes de producción y los ingresos (más subvenciones) obtenidos.

Supondremos, entonces, que la empresa busca maximizar la relación que existe entre

los ingresos sobre el coste, entonces ambas empresas maximizarán este porcentaje con un coste de 300 millones. La razón es que esta subvención tiene un tope de 100 millones. A partir de un coste superior a los 300 millones de pesetas, no les conviene seguir aumentando la inversión en el largometraje (gráficos 6.11, 6.12 y 6.13).

En ambos casos es la misma distribuidora la que distribuye el film. Por lo tanto queda claro que la recaudación en taquilla, será consecuencia exclusivamente de la labor de la productora. En este sentido, es interesante comparar las subvenciones que reciben estas empresas. Supongamos que ambas empresas se hallan situadas en el punto que se ha definido como el más conveniente, esto es con un coste de producción de 300 millones de pesetas. En este punto el ingreso más las subvenciones de la productora "1" será de 178,7 millones con unas subvenciones de 140,5 millones de pesetas. La productora "0" obtiene así un ingreso total de 128,2 millones de los que 123,6 millones son subvenciones (gráfico 6.14 y 6.15).

La recaudación en taquilla de la película realizada por la productora "1" es 114,8% superior a la obtenida por la productora "0". Sin embargo los ingresos finales obtenidos por la primera son solamente un 39,39% más, y las subvenciones apenas un 13,67%.

GRÁFICOS: SIMULACION 2

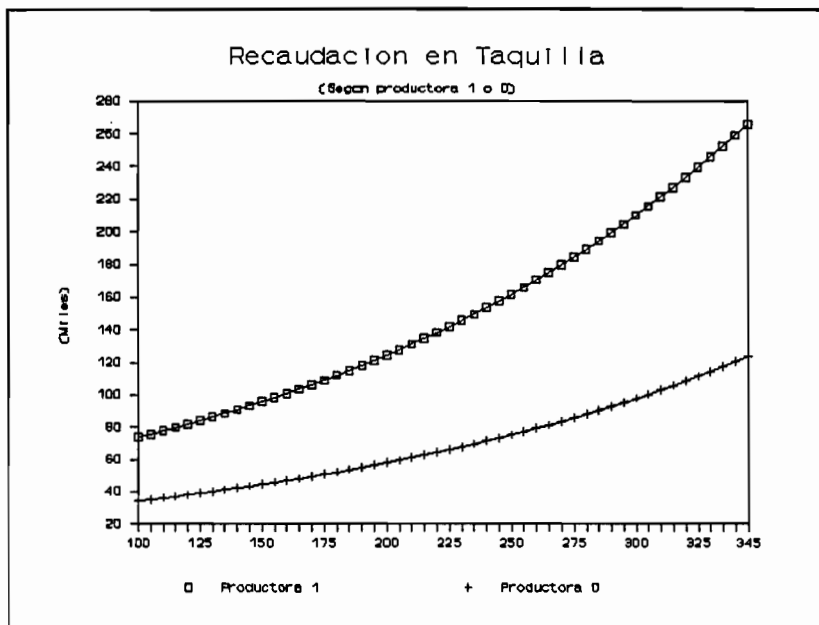


Gráfico 6.7.

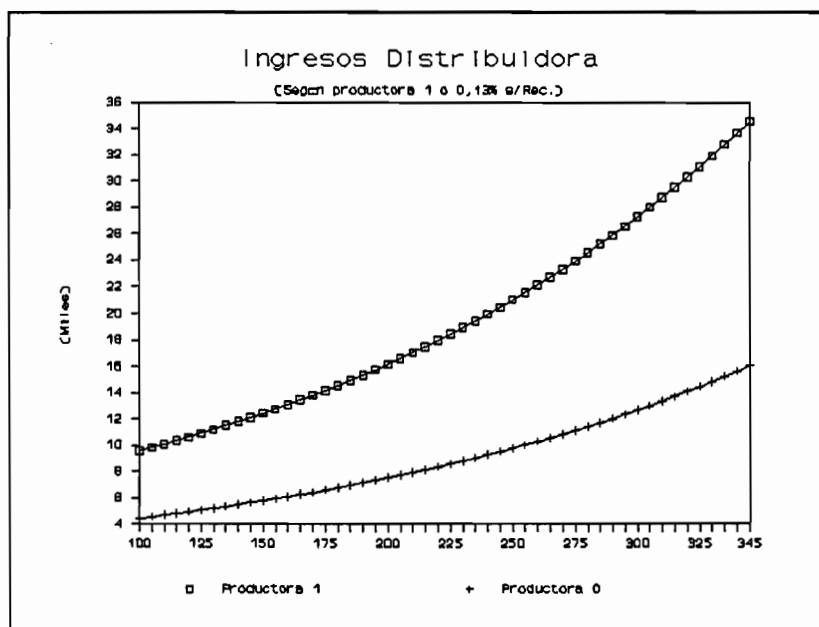


Gráfico 6.8.

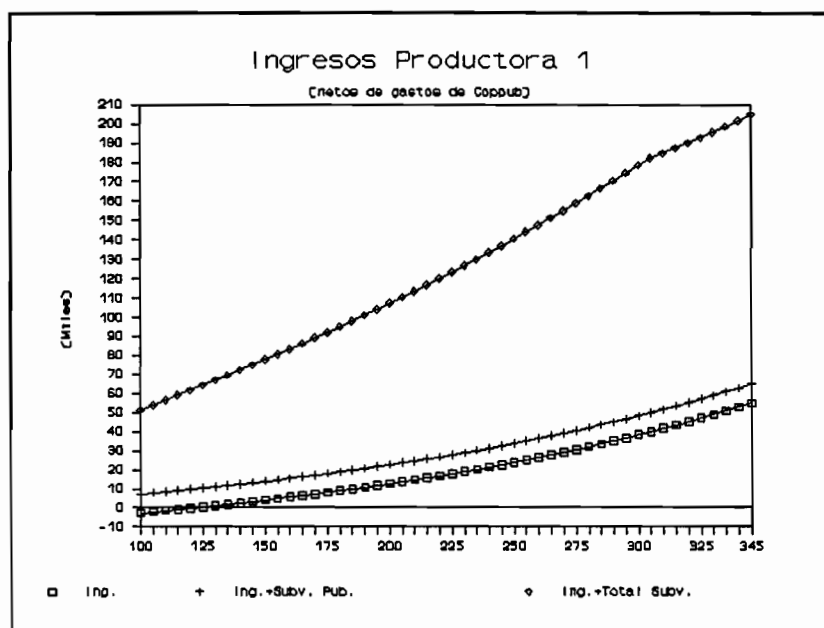


Gráfico 6.9.

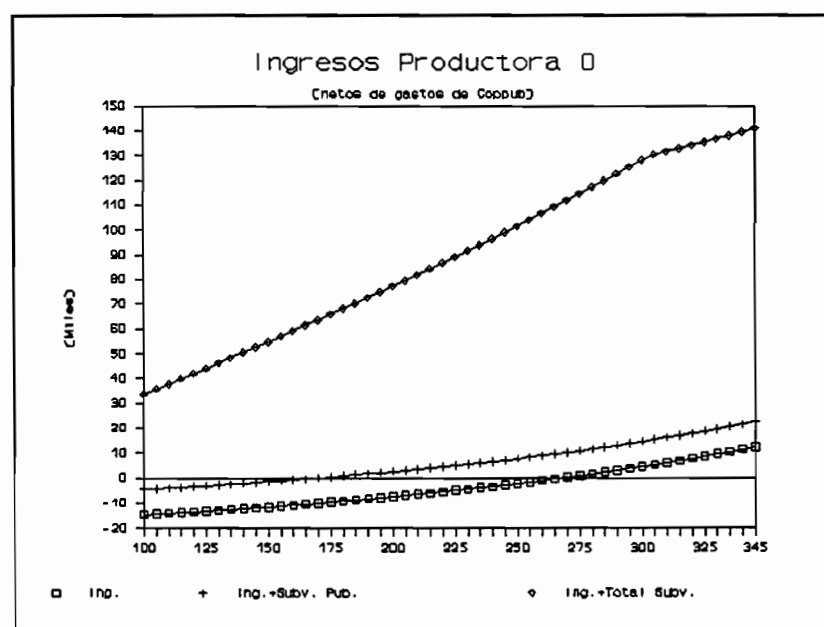


Gráfico 6.10.

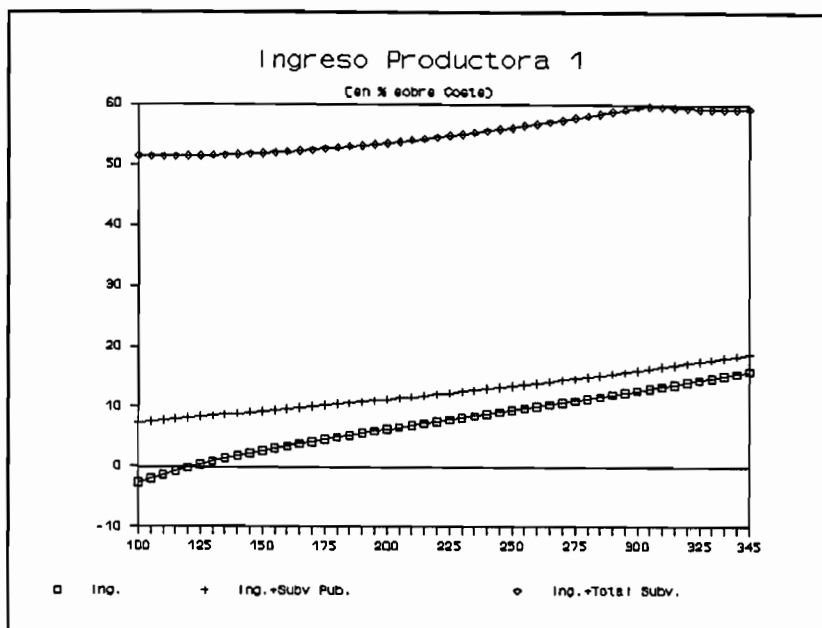


Gráfico 6.11.

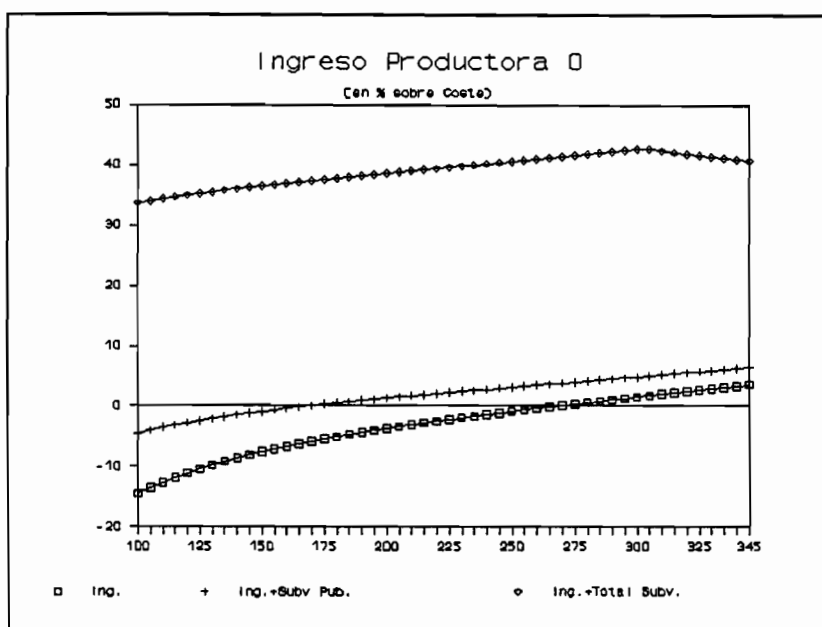


Gráfico 6.12.

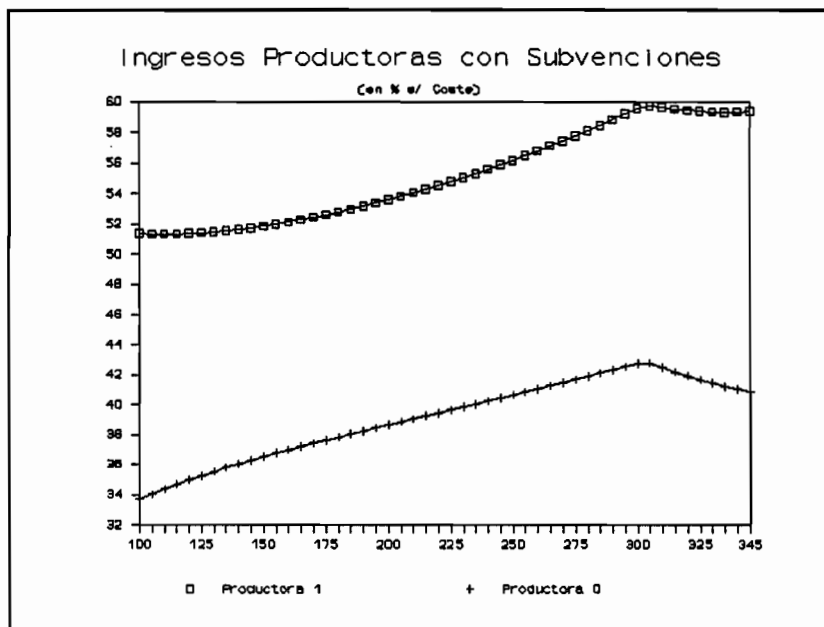


Gráfico 6.13.

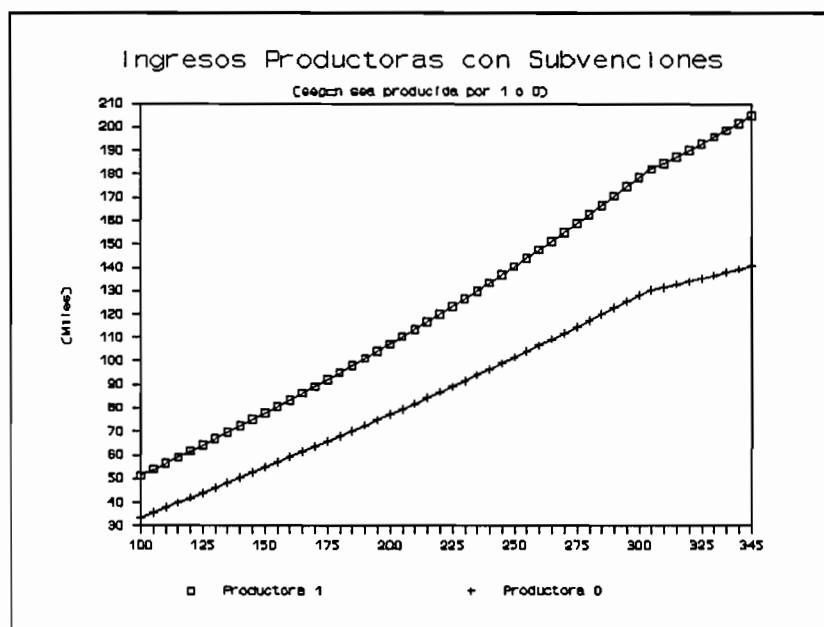


Gráfico 6.14.

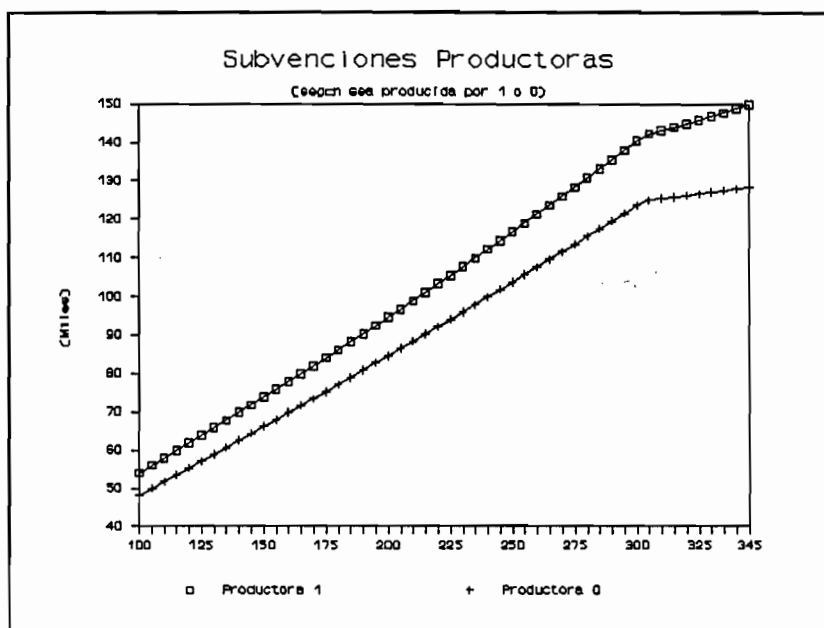


Gráfico 6.15.

IV.4 SIMULACIÓN 3

Por último se modelizaron conjuntamente cuatro diferentes alternativas. Para todas ellas los costes de producción variarán de 100 a 345 millones, con aumentos de a cinco millones de pesetas. Simultáneamente con los costes, los gastos en copias y publicidad se incrementarán en un millón de pesetas, abarcando un rango que va de 10 a 59 millones de pesetas. Siguiendo el mismo procedimiento que en las simulaciones anteriores el modelo estimará la recaudación media para cada una de estas alternativas.

En cada una se podrá observar el efecto conjunto que sobre la recaudación de una película se obtiene al incrementar simultáneamente los costes de producción y los gastos en copias y publicidad. Por otra parte se podrá comparar el resultado de películas con idénticos presupuestos en coste y gastos en copias y publicidad dependiendo de si la realización la llevan a cabo productoras "1" ó "0", al mismo tiempo que la distribución la realicen asimismo distribuidoras "1" ó "0".

De las cuatro alternativas la más "taquillera" será aquella que esté producida por una empresa "1" y distribuida por una empresa "1". Le seguirá aquella que este producida por una empresa "0" y distribuida por una "1". La siguiente mejor alternativa será para la que esté producida por una empresa "1" y distribuida por una "0", y, por último, con los peores resultados de recaudación, se encontrará aquella que esté producida y distribuida por empresas "0" (gráfico 6.16).

Los ingresos de las empresas distribuidoras, serán para todos los casos el 13% de la recaudación (gráfico 6.17). Los ingresos netos de gastos de publicidad para las empresas productoras oscilarán, para el primer caso, de 0 a 111,5 millones; para el segundo, se harán positivos a partir de un gasto en publicidad de 47 millones y un coste de producción de 285 millones de pesetas, llegando a recaudar 20 millones de pesetas, con el coste de producción y los gastos en copias y publicidad más altos. Para los últimos dos casos, el ingreso de las productoras es negativo para todo el rango analizado (ver gráfico 6.18). Con subvenciones, los ingresos de las productoras son en los tres primeros casos positivos y crecientes durante todo el tramo analizado. Para la película realizada y distribuida por empresas "0", el ingreso más las subvenciones son negativos, hasta el punto en que llega a superar una recaudación en taquilla de 30 millones de pesetas. En ese punto, accede a la subvención del 33% sobre el coste.

Para el primer caso, ingresos más subvenciones oscilan en un rango de 43 a 306 millones; para el segundo, ingresos más subvenciones abarcan un rango de 2 a 170 millones, mientras que el tercer caso, comienza con un ingreso próximo a 0 terminando con ingreso total cercano a los 140 millones. El cuarto caso comienza con ingresos negativos, llegando en la observación número 50 a un ingreso más subvenciones de 92 millones de pesetas (gráfico 6.19).

Para comparar las primeras tres alternativas se tomará como referencia el punto donde se realiza un gasto en copias y publicidad de 22 millones y un coste de producción de 160 millones. En este punto la alternativa tres, esto es la película producida por una empresa "1" y distribuida por una "0", llega a los 30 millones de recaudación en taquilla, accediendo por tanto a la subvención sobre coste (gráfico 6.20).

En ese punto la recaudación para estos tres casos es de 91, 42 y 31 millones respectivamente. La recaudación en taquilla del primero es un 114% superior al segundo y un 194% superior al tercero. Los ingresos más subvenciones de las productoras en el mismo punto son de 82, 60 y 55 millones respectivamente. Los ingresos de la primera productora son un 36,6% superiores a los ingresos de la segunda y un 48,9% superiores a los ingresos más subvenciones obtenidos por la tercera. Las subvenciones para estos tres casos son de 76, 69 y 67 millones (gráfico 6.20).

Las subvenciones que recibió la empresa con mejores resultados en taquilla superan a las subvenciones recibidas por la segunda en 10,6%, y, en un 13,3%, a las recibidas por la productora con el peor resultado de las tres. **En este ejemplo analizado una película que obtuvo una recaudación superior en más del 100% y casi en el 200% de los otros dos casos respectivamente, recibió unas subvenciones de solo 10,6% y 13,3% por encima de las productoras que obtuvieron peores resultados.**

Si se incluye, para comparar ahora el cuarto caso, en el punto en que esta productora supera los 30 millones de recaudación en taquilla (de forma de que esta película acceda también a la subvención del 33% sobre el coste), los resultados son los siguientes: la recaudación en taquilla de las cuatro alternativas en ese punto es de 192, 89, 66 y 31 millones respectivamente, y los ingresos más subvenciones para las empresas productoras quedan establecidas, respectivamente, en 135, 89, 79 y 63 millones. Las subvenciones para estos cuatro casos son pues de 113, 98, 94 y 89 millones (gráficos 6.19 y 6.20).

Se podrá comprobar que mientras que la recaudación en taquilla de la empresa productora con mejores resultados es un 519% superior a la que obtuvo el peor resultado, las subvenciones obtenidas son solamente un 27% superiores.

GRÁFICOS: SIMULACION 3

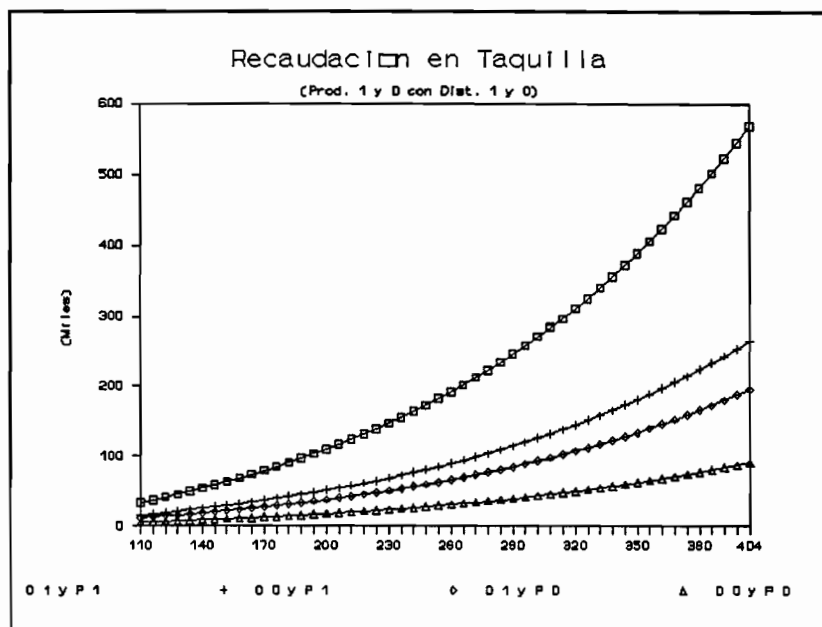


Gráfico 6.16

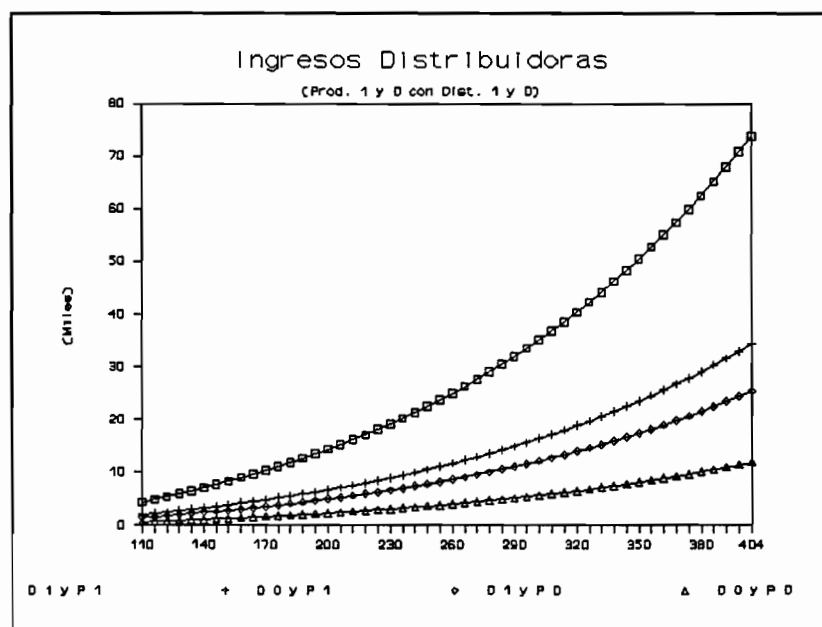


Gráfico 6.17.

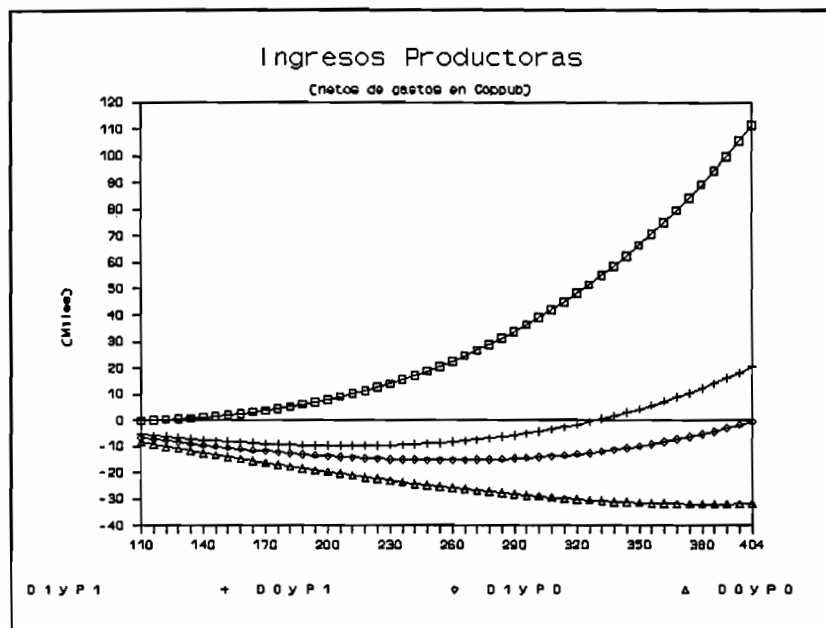


Gráfico 6.18.

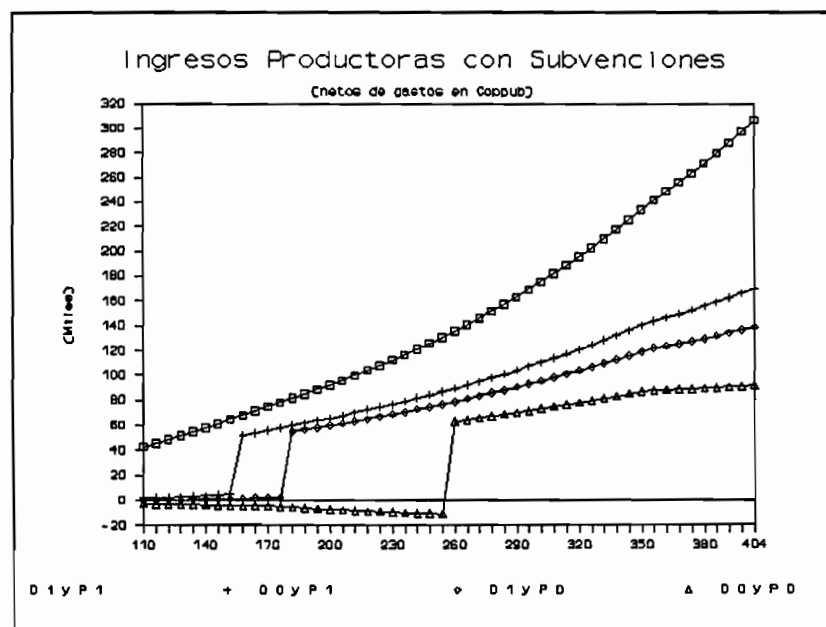


Gráfico 6.19.

Si las subvenciones siguieran las tendencias que sigue el mercado con el correr de los años se debería haber notado el fortalecimiento y despegue de algunas empresas productoras, y la eliminación de la mayoría. Sin embargo las subvenciones, en vez de incentivar este proceso lo retardan.

Como se ha visto en el capítulo mencionado, dos productoras comparadas, una que tiene un considerable éxito en taquilla, con otra que tiene un fracaso estrepitoso, terminan obteniendo un ingreso total (ingreso neto más subvenciones) similar. Esto hace que la empresa a la que le fue "bien" haya obtenido unas ganancias bajas, y aquella a la que le fue "mal", unas pérdidas pequeñas.

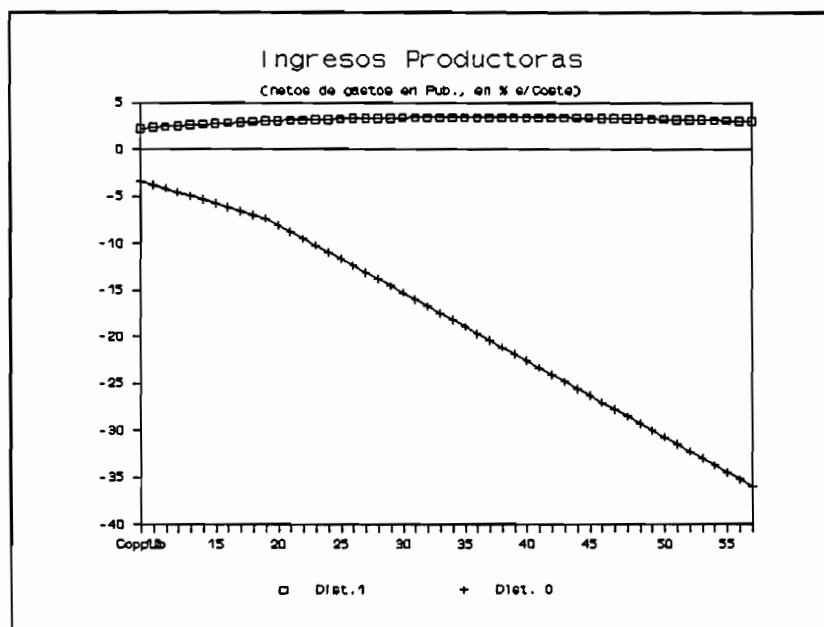


Gráfico 7.1.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES

VII.1 EL SECTOR DE LA PRODUCCIÓN Y LAS SUBVENCIONES

En el capítulo " Simulación" se compararon ocho casos diferentes. Si se analizan para todos ellos los ingresos netos de gastos en copias y publicidad de las empresas productoras sin subvenciones, en el punto en que la empresa productora maximiza este ingreso, se observa que 3 de ellos son negativos, otros 3 no superan el 5% del coste, uno cubre hasta el 15% del coste y el caso donde se observa el mejor desempeño, llega a cubrir hasta el 30% del coste (gráficos 7.1, 7.2, 7.3). Estos datos son concluyentes. Como se sabe, este sector sin subvenciones a la producción no está en condiciones de sobrevivir. Sin embargo, un diagnóstico realizado en casi todos los trabajos relacionados con economía del cine y confirmado por los datos que se han analizado en este trabajo, hablan de la **atomización** del sector de la producción. Esto es que existen cientos de empresas productoras, con capitales pequeños y producciones esporádicas.

Por otra parte, la Ley de Cine en su Exposición de Motivos manifiesta que pretende crear una industria de cine capaz de funcionar de acuerdo a las leyes de mercado y sin depender de las ayudas públicas. Sin embargo, lo que ocurre con las subvenciones según el modelo analizado, es que las mismas están incentivando lo que se ha definido como la atomización del sector de la producción.

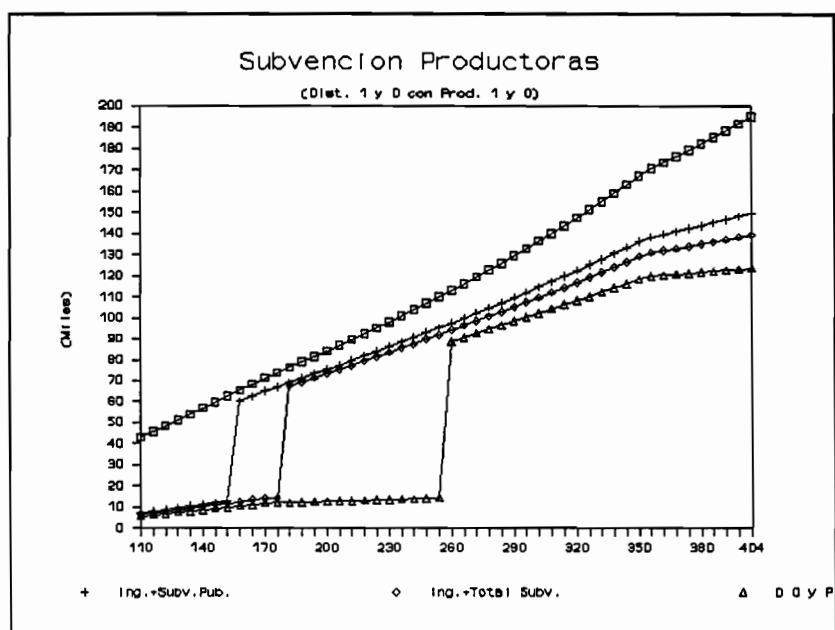


Gráfico 6.20.

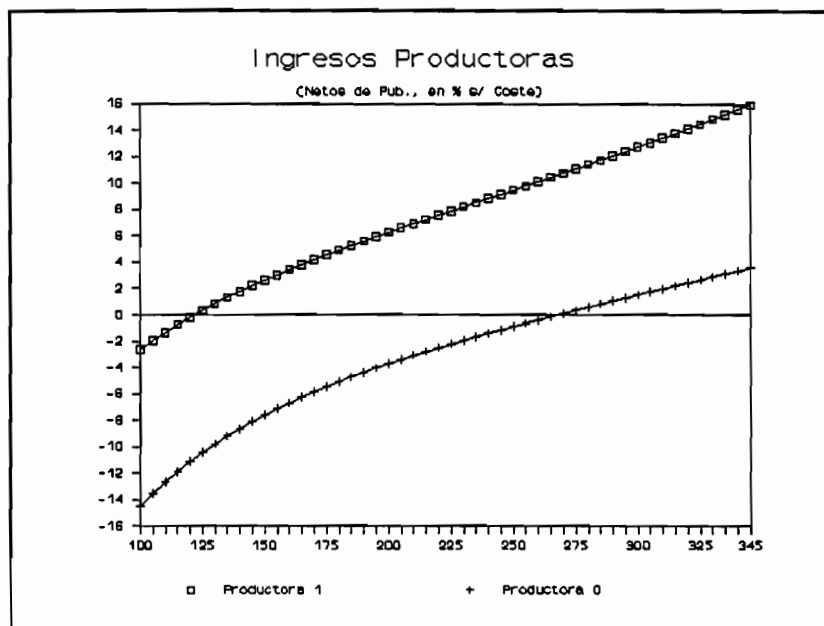


Gráfico 7.2.

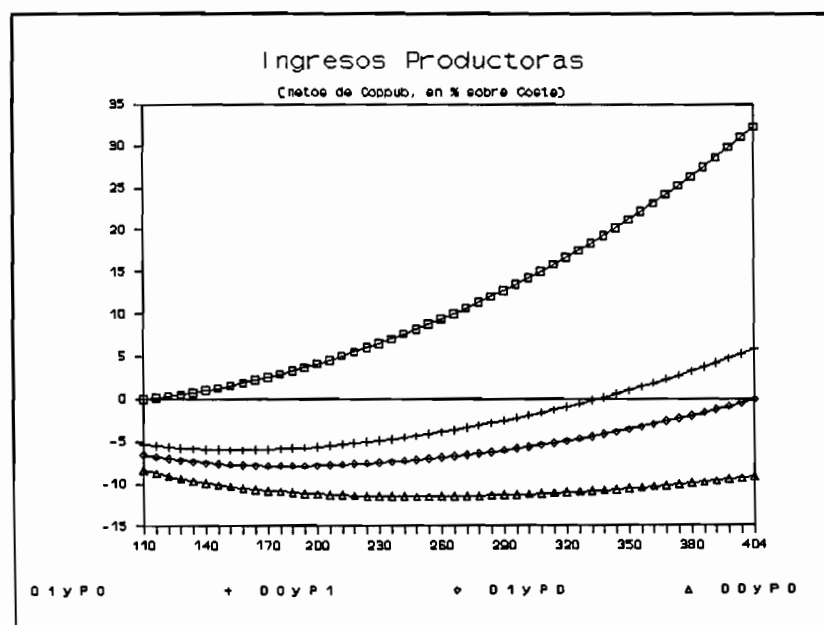


Gráfico 7.3.

Por tanto al término del período de amortización de la película, quedan ambas con una situación económica similar a aquella en la que comenzaron¹. Si se generaliza este resultado, se observa que todas las productoras después de años siguen en general con similar situación económica. Naturalmente no son siempre las mismas, pero en términos generales las empresas productoras siguen estando caracterizadas por este concepto de "atomización".

Esto ocurre por la estructura de las subvenciones. Como el volumen mayor de subvenciones se obtiene de la correspondiente al 33% del coste, no hay forma de premiar a la empresa a la que le fue bien en relación a aquella a la que le fue mal². Las subvenciones "achatan" la pirámide de ingresos impidiendo que las mejores despeguen económicamente de las peores.

Incluso la estructura actual de subvenciones parecería que hace lo contrario. Si se miden las subvenciones en relación con la recaudación, para todos los casos analizados, reciben mayor porcentaje de subvención sobre recaudación quienes tienen peores resultados en la taquilla.

¹ Esta afirmación queda relativizada en la medida en que las productoras españolas cuentan adicionalmente con otras fuentes de ingresos, como ser derechos de antena, etc.. Por tanto al finalizar el período de amortización del largometraje, aquellas películas que tuvieron mejor desempeño en taquilla, obtendrán mayores recursos por estos conceptos que las empresas a las que le fue mal. La diferencia global de ingresos entre las mejores y las peores empresas será, entonces, incluso mayor que la que se concluye en el trabajo. Sin embargo, esto no invalida las conclusiones con respecto a las consecuencias que sobre el sector, está teniendo la política de subvenciones del Ministerio de Cultura.

² Como ya se ha visto, si un productor espera obtener una $Rec > 1,32 \text{ Coste}$, optará por la subvención del 25 del coste. El Premio, de todas formas es relativo. La subvención total no pudo superar los 200 millones de pesetas. Por lo tanto la parte correspondiente al 25% es igual a 125 millones. Si estamos hablando de películas con costes > 300 millones (que es, en general, el caso de las películas más taquilleras), la diferencia de subvención que obtendría una película taquillera con otra que hubiera fracasado seguiría siendo pequeña: 100MM vs. 125

Si esto a su vez se mide desde la óptica de cada productora, en tanto ella más recauda, se acentúa la disminución del porcentaje de sus subvenciones sobre la taquilla (gráficos 7.4, 7.5 y 7.6).

Este esquema de subvenciones permite una distribución del total de las ayudas públicas de forma tal que todas las empresas pueden subsistir: las eficientes y las ineficientes. Si se estuviera hablando de distribución de la renta sin duda se estaría ante un modelo progresivo. Cuanto más recauda una película, menor porcentaje de subvenciones recibe. Este sistema permite que todas subsistan por igual. Sin embargo, según lo que define la propia ley, lo que interesa es que haya cada vez mejor (o más taquillero) y mayor cantidad de cine, y no que subsistan la mayor cantidad de empresas.

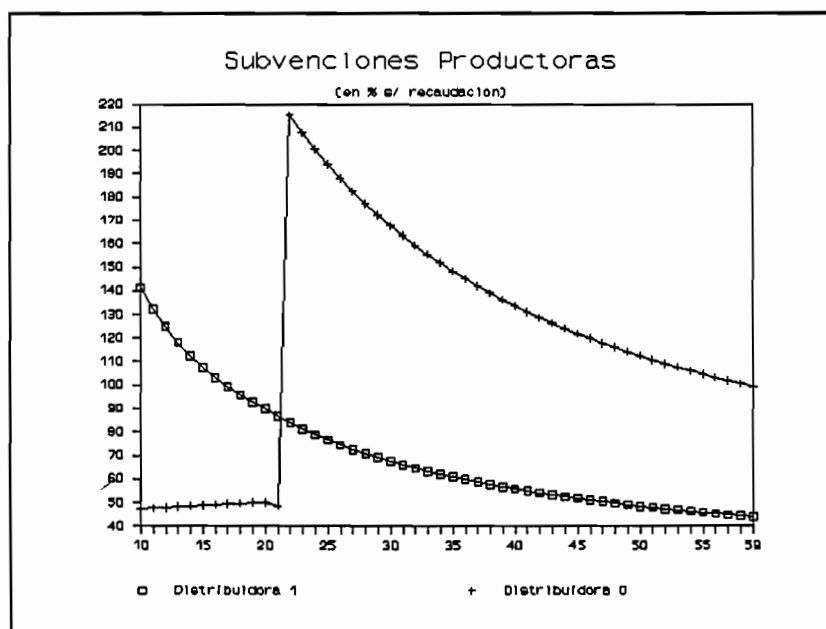


Gráfico 7.4.

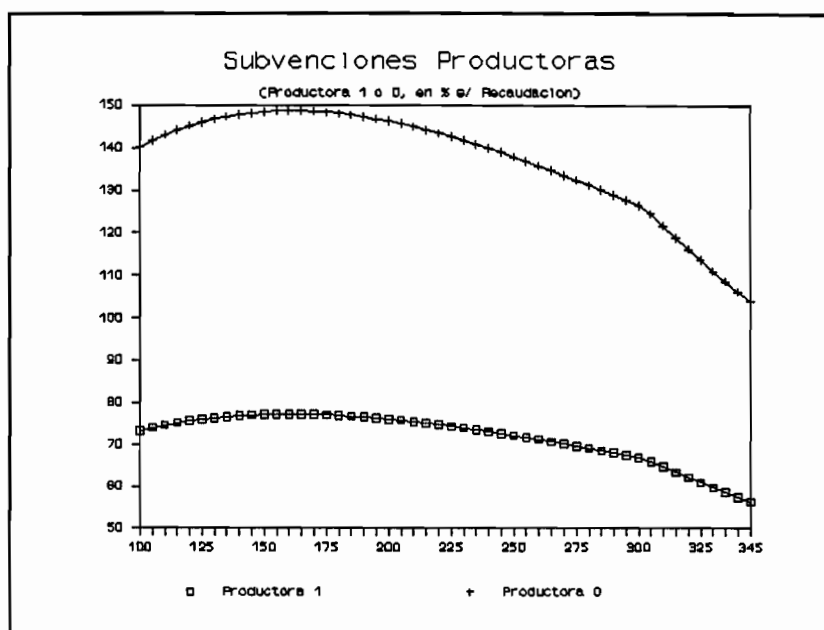


Gráfico 7.5.

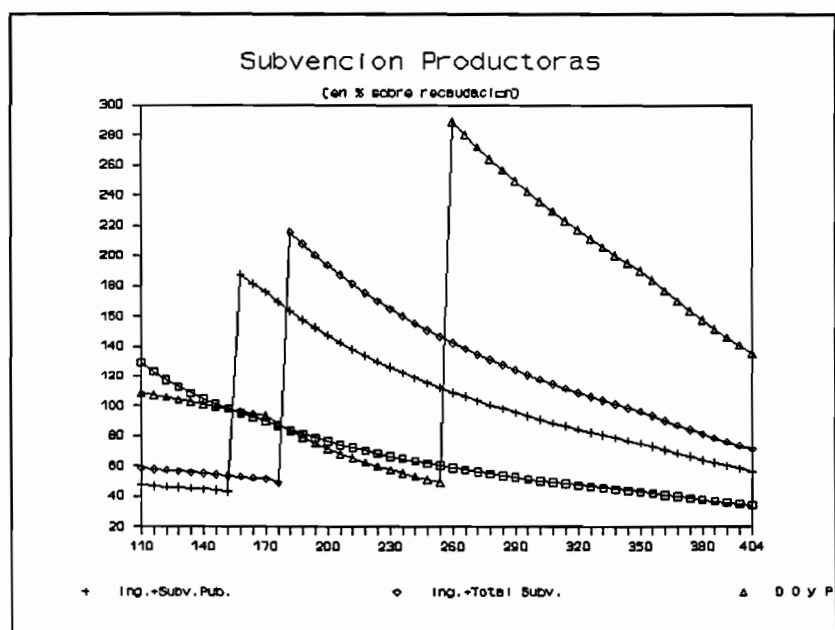


Gráfico 7.6.

Quizás en un primer momento, en el que posiblemente se buscaba una participación en masa por parte de las productoras existentes, y por tanto había que eliminar el riesgo de pérdidas para que todas las empresas participaran en la realización de un film, el mecanismo de subvenciones era correcto. Hoy la situación es diferente. En esa dirección apuntó también el cambio de normativa del ICAA en octubre del año 1994, eliminando prácticamente las subvenciones anteproyecto. En el capítulo III de este trabajo, en el cuadro 3.1 se observa que las películas que recaudaron en taquilla el 55 % del total, recibieron solamente el 29 % de las subvenciones. Para intentar paliar esta situación el ICAA dejó exclusivamente las subvenciones anteproyecto sólo para el caso de nuevos realizadores. Sin embargo, la cota de recaudación para que el productor pueda optar por el 25 % sobre recaudación o el 33 % del coste de subvención adicional, fue reducida de 50 a 30 millones. Y como se ha mostrado en el capítulo anterior de simulación, y adicionalmente se ha recalcado en esta parte de conclusiones, esta cota no es suficiente.

Hoy cada productor cuando se propone realizar una película, conoce aproximadamente el rango de recaudación al que puede aspirar. Como todos los que superan los 30 millones prácticamente consiguen subvenciones que les eliminan las pérdidas, todas las productoras siguen haciendo cine por igual, las empresas eficientes y las ineficientes.

Si lo que se pretende con las subvenciones, es formar un sector fuerte y competitivo, además de lograr un proceso de acumulación de capital, se debe de incentivar exactamente lo contrario.

Además el propio mercado es el que irá determinando qué empresas se convertirán en las que dominen y cuáles irán desapareciendo. En este sentido lo único que deberá hacer el sistema de subvenciones será reforzar la propia tendencia del mercado. Las subvenciones deberían mantener o reforzar la estructura de los resultados de recaudación en taquilla. Esto habría que ligarlo a otra de las críticas que se le hace al actual sistema de subvenciones a la cinematografía: como se sabe las subvenciones automáticas a la amortización no están condicionadas a la reinversión en el sector.

La ley podría tener cierta lógica. Como su nombre lo indica esta subvención ayuda a la amortización de los costes de realización. Si con las subvenciones logran cubrir costes o incluso da pérdidas, lógicamente utilizarán toda la ayuda en la película ya realizada.

Pero existen ocasiones en que las películas son taquilleras, y con el resultado de taquilla sumado a los otros ingresos (venta de video, derechos de antena, etc.), cubren los costes de realización y obtienen ganancias. En este caso lo que se denomina ayudas a la amortización carecen de finalidad, ya que el film ya fue amortizado sin la intervención estatal. Este es el supuesto menos frecuente, pero sucede con la mejores productoras (que recaudarán más por película). Por tanto según las leyes de mercado que aquí se han mencionado serán éstas empresas las que sobrevivirán el proceso de concentración. En este sentido la subvención se debería proporcionar bajo la condición de que fuese reinvertida en el cine.

Es decir la subvención se puede condicionar a la realización de una película adicional. Si la película por si sola logró obtener los ingresos necesarios para amortizarla, entonces se concederá la subvención pero condicionada a la realización de dos películas. Una con los ingresos obtenidos por la película ya realizada, otra con las subvenciones concedidas.

Esta propuesta tiene varias ventajas. Por una parte lo que se quiere lograr con el paso del tiempo, es que las mejores productoras se vayan haciendo más fuertes económicamente.

Por otra parte, para recibir las subvenciones estarán condicionadas a producir mayor cantidad de largometrajes. Si se está suponiendo que las productoras que recaudan más en un año concreto, tienen mayor probabilidad de realizar películas "taquilleras" en el año siguiente, las productoras más exitosas harán mayor cantidad de películas, lo que elevará la recaudación del cine español. Esto a su vez reforzará el proceso de concentración proporcionando una mayor acumulación de capital por parte de las empresas eficientes.

Con el esquema de subvenciones propuesto se lograría fortalecer a las empresas más eficientes e incentivarlas a realizar mayor cantidad de largometrajes al año. Con el paso del tiempo, se eliminarían entonces los tres problemas mencionados: la atomización del sector de la producción, la realización esporádica, y el condicionar la ayuda a la reinversión en el sector cinematográfico.

Las productoras más pequeñas pueden entender esta propuesta como perjudicial para sus propios intereses, ya que el sistema de subvenciones propuesto no les permitiría subsistir como hasta ahora. Sin embargo, de lograrse el proceso aquí propuesto al cabo del tiempo se fortalecerá el sector de la producción, lo que también implicará la realización de mayor cantidad de cine. Las productoras "grandes" que subsistan el proceso de concentración no cuentan hoy en día con el personal técnico y creativo para llevar adelante este proceso. Por tanto la única forma de llevarlo a cabo será incorporando a sus empresas (sea para cada película ó de forma permanente) el personal de las productoras que han dejado de existir. Esta menor cantidad de empresas, pero más fuertes y más grandes, darán lugar al rescate e incluso ampliación del personal técnico y creativo con el que en este momento cuenta la cinematografía española.

La otra crítica que puede recibir esta propuesta, es que actualmente la mayoría de las productoras no tienen capacidad para hacer más de un largometraje al año. Sin embargo si la subvención está condicionada a aumentar la producción esto podría tener dos tipos de soluciones, las cuales ya se apuntaban en el párrafo anterior. Realizar un proceso de fusión con otras empresas o acuerdos especiales para la realización del film adicional, o la contratación de personal creativo de otras productoras. **En este sentido se logrará otro objetivo. Se incentivará que los productores se ocupen del negocio del cine y los creativos de la realización.**

VII.2 DISTRIBUCIÓN, LICENCIAS DE DOBLAJE, Y CUOTA DE PANTALLA

Como se pudo observar en el modelo, las variables vinculadas a la distribución son las que más inciden en la recaudación en taquilla. Esto es que, por una parte la variable cualitativa correspondiente a la distribución incide más que la correspondiente a la producción. A su vez el parámetro referido a la publicidad tiene una incidencia mayor que el que corresponde al coste.

Como se puede apreciar entonces la red de distribución es esencial para el buen desenvolvimiento de una película en taquilla. En particular como se ha visto, las empresas "major" recaudan en promedio casi tres veces más que las otras empresas distribuidoras.

Como es sabido según la ley vigente, las empresas que quieran distribuir cine no comunitario doblado al castellano, podrán hacerlo siempre y cuando obtengan una licencia de doblaje. Las licencias de doblaje se obtienen distribuyendo cine comunitario. Se pueden obtener hasta tres licencias de doblaje por película comunitaria distribuida según los tramos de recaudación a los que se llegue con esa película. Por tanto parecería que las licencias de doblaje obligan a las empresas norteamericanas a "entregar" parte de su capacidad de gestión al cine español.

Este resultado es cierto, pero hay que analizarlo cuidadosamente. Es verdad que las empresas "major" recaudan más que las españolas. Por tanto, según este resultado, el cine español recauda más gracias a la obligación que tienen las distribuidoras "major" de distribuir cine español. Sin embargo si bien las películas españolas distribuidas por empresas norteamericanas recaudan más, durante los años analizados se observan también, como ya se ha visto en los capítulos I y II, las siguientes tendencias. Las "major" pasan de concentrar el 16% de la recaudación del cine español en el año 1986, al 88% en el año 1993 (gráfico 2.4). Sin embargo, durante el mismo período la recaudación del cine español en términos reales baja 60%, reduciendo su cuota de mercado del 20% a 8,75%. Durante ese mismo período el cine norteamericano pasa de controlar un 43% a un 77,7% del mercado (gráficos 1.1 y 1.2). Si se mantienen dichas tendencias, el cine español quedaría reducido a un fenómeno prácticamente testimonial.

Por otra parte, no parece que las "major" distribuyan cine español necesariamente por la obligación emergente de las licencias de doblaje. Según datos del Boletín estadístico del ICAA, durante todos los años analizados las películas españolas distribuidas por las "major", en proporción al total de películas distribuidas por estas empresas, oscilan entorno al 30%. Efectivamente las "major" necesitan las licencias de doblaje. Pero fundamentalmente necesitan cubrir la cuota de pantalla. Según la ley vigente, el 33% del tiempo de las salas de exhibición debe ser cubierto con películas comunitarias. Las empresas distribuidoras están también limitadas por esta cláusula.

Supóngase por un momento que no existiesen las licencias de doblaje. Supóngase también que las empresas distribuidoras no tuviesen problema de capacidad. Esto es que con el tamaño actual, estas empresas pudieran distribuir la cantidad de películas que desearan. La pregunta que surge bajo estas condiciones es si las empresas norteamericanas seguirían distribuyendo cine español. Si no distribuyesen cine español, de todas formas no podrían incrementar la cantidad de películas norteamericanas distribuidas en este momento. Si bien no tendrían la restricción de las licencias, tendrían igualmente la restricción de la capacidad de pantalla. Por lo tanto, si al no poder incrementar la cantidad de películas norteamericanas necesitarían, igualmente, las películas españolas para realizar una óptima utilización de su capacidad.

Esto nos lleva a otra conclusión. Como ya se ha visto, las distribuidoras "majors" cuentan con una mayor cantidad de recursos, tiene una mejor capacidad de gestión, y disponen de una mayor red de distribución en salas de exhibición. Esto les ha permitido desarrollar barreras a la entrada e incluso desplazar a sus antiguos competidores.

Pero lo único que hasta ahora se puede interpretar del modelo es que existen empresas distribuidoras con una capacidad de recaudación más potente que otras. Si las salas de exhibición tienen la obligación de asignar un porcentaje de su tiempo al cine comunitario, tienen por tanto la obligación de contratar películas españolas.

En este sentido, independientemente del poder de mercado de las "majors" norteamericanas, existiría una capacidad de salas, que por la restricción de la ley, estaría disponible solamente para películas comunitarias (fundamentalmente españolas). Si se pudiera crear una empresa distribuidora que tuviera la misma capacidad de gestión que las empresas norteamericanas, ésta tendría la capacidad de salas a su disposición para colocarlas.

En este sentido, y suponiendo que se cuenta con una distribuidora independiente con capacidad de competencia al mismo nivel que las empresas norteamericanas, lo que debería incentivar la ley es que las películas españolas fueran distribuidas por esta empresa supuesta y no por las "majors" americanas. Para esto, por una parte, se deberían eliminar las licencias de doblaje, y al mismo tiempo incentivar que las películas españolas sean distribuidas por la o las supuestas distribuidoras independientes. Eso se podría incentivar por ejemplo, destinando las subvenciones para gastos en copias y publicidad solamente a aquellas distribuidoras en las que el cine comunitario constituye más de la mitad del material distribuido.

La propuesta de financiar la creación de una distribuidora poderosa e independiente, ya ha sido realizada por los expertos y agentes económicos vinculados al sector cinematográfico a nivel de toda Europa³.

³ Report by the think-tank on the audiovisual policy in the European Union. 1994.

La de suprimir las licencias de doblaje en España, ha sido reivindicada por las distribuidoras españolas independientes agrupadas en ADICINE. Alegan que las "majors" les están quitando su mejor producto, esto es la película española⁴.

Está claro que esta segunda reivindicación no se pudo realizar sin la creación de una distribuidora fuerte, por lo menos a nivel del mercado español. Si las "majors" no distribuyen cine español, la distribución de estas películas quedaría bajo la órbita exclusiva de las empresas españolas. Si estas siguen manteniendo su escaso poder de mercado, los resultados que obtendrían en taquilla, como se desprende de los resultados del modelo, serían un 67% inferior al logrado por las "majors". Esto empeoraría aun más el desempeño del cine español en relación al total del mercado.

Si se pudiese entonces crear una distribuidora independiente con las características mencionadas, se obtendría dos logros adicionales: el primero fortalecer el proceso para revertir la tendencia de caída de recaudación del cine español. El segundo cerrar el circuito de acumulación de ingresos del cine español. Si dicha distribuidora estuviera vinculada con el sector de la producción, podría servir para ampliar y acelerar la acumulación de capital de éste último.

⁴ Citado por Alvarez Monzoncillo en "La Industria cinematográfica en España".

ANEXO ESTADISTICO

Resultados y gráficos del modelo econométrico

Model fitting results for: LOG BAS808.Rec

Independent variable	coefficient	std. error	t-value	sig.level
BAS808.Prod_	0.764705	0.274797	2.7828	0.0063
BAS808.Dist_	1.065846	0.193052	5.5210	0.0000
BAS808.Coste	5.237268E-6	1.63149E-6	3.2101	0.0017
LOG BAS808.Coppub	0.87511	0.02771	31.5807	0.0000

R-SQ. (ADJ.) = 0.9902 SE= 1.027180 MAE= 0.785844 DurbWat= 2.238
 Previously: 0.0000 0.000000 0.000000 0.000
 125 observations fitted, forecast(s) computed for 0 missing val. of dep. var.

Analysis of Variance for the Full Regression

Source	Sum of Squares	DF	Mean Square	F-Ratio	P-value
Model	13230.8	4	3307.71	3134.98	.0000
Error	127.667	121	1.05510		

Total 13358.5 125 R-squared = 0.990443
 Std. error of est. = 1.02718

R-squared (Adj. for d.f.) = 0.990206 Durbin-Watson statistic = 2.23763

Further ANOVA for Variables in the Order Fitted

Source	Sum of Squares	DF	Mean Sq.	F-Ratio	P-value
BAS808.Prod_	2680.58782	1	2680.5878	2540.61	.0000
BAS808.Dist_	6423.10096	1	6423.1010	6087.68	.0000
BAS808.Coste	3074.86477	1	3074.8648	2914.29	.0000
LOG BAS808.Coppub	1052.29252	1	1052.2925	997.34	.0000
Model	13230.8461	4			

Correlation matrix for coefficient estimates

	BAS808.Prod_	BAS808.Dist_	BAS808.CosteLOG	BAS808.Coppu
BAS808.Prod_	1.0000	-.1474	-.2990	.1738
BAS808.Dist_	-.1474	1.0000	-.0438	-.3711
BAS808.Coste	-.2990	-.0438	1.0000	-.8361
LOG BAS808.Coppu	.1738	-.3711	-.8361	1.0000

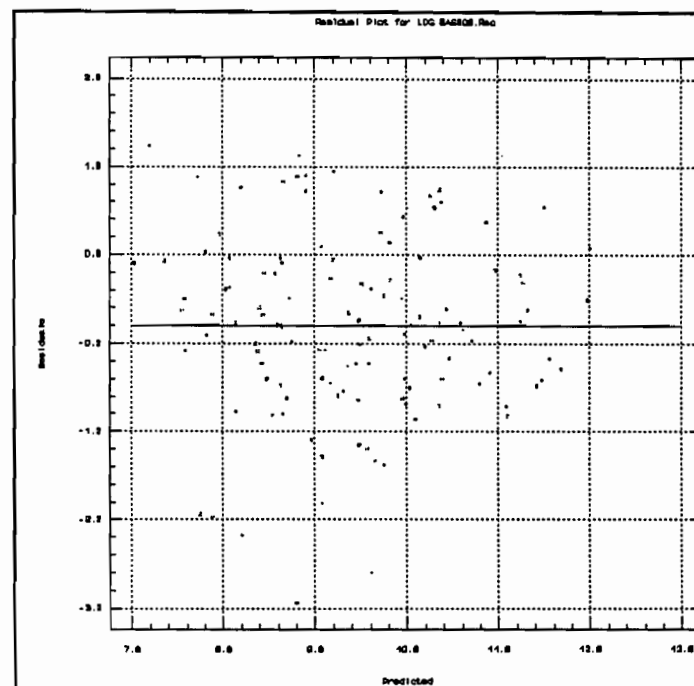


Gráfico 1: Residuos vs. valores previstos.

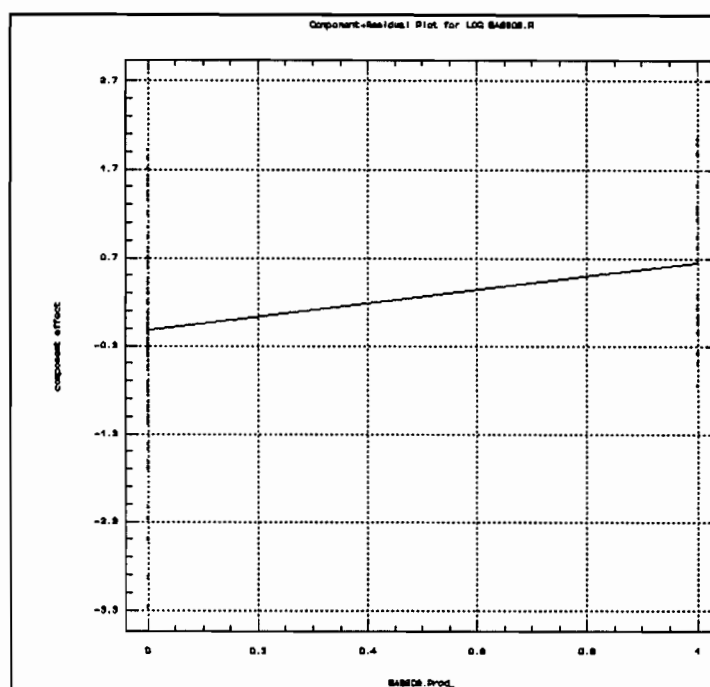


Gráfico 2: C.E.-Producción.

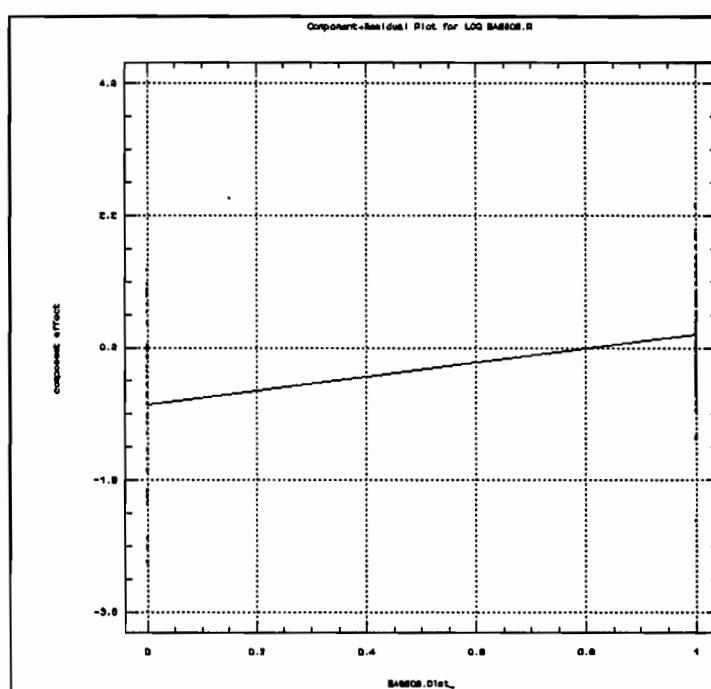


Gráfico 3: C.E-Distribución

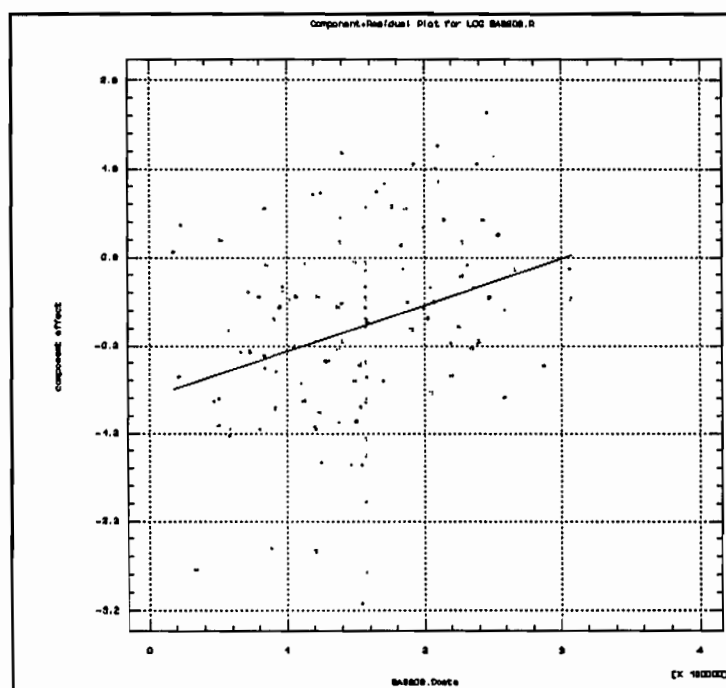


Gráfico 4: C.E.-Coste

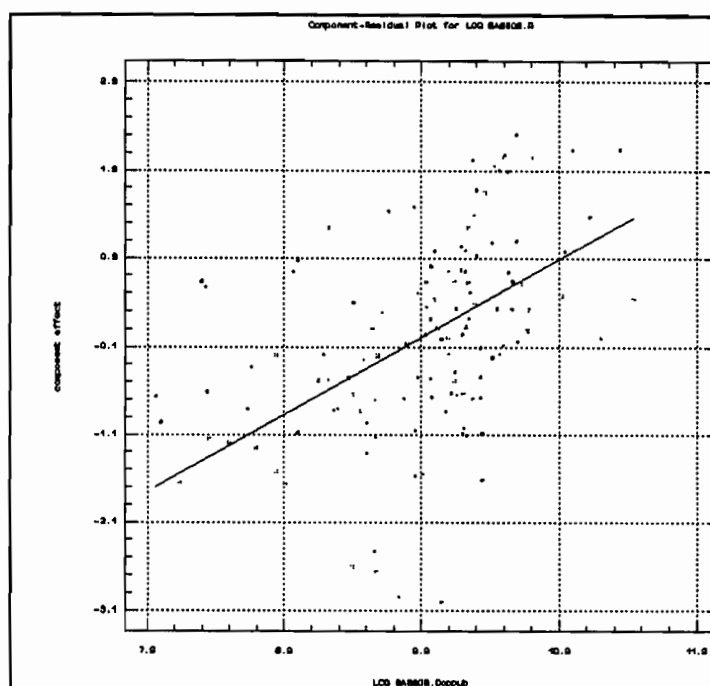


Gráfico 5: C.E.-Publicidad

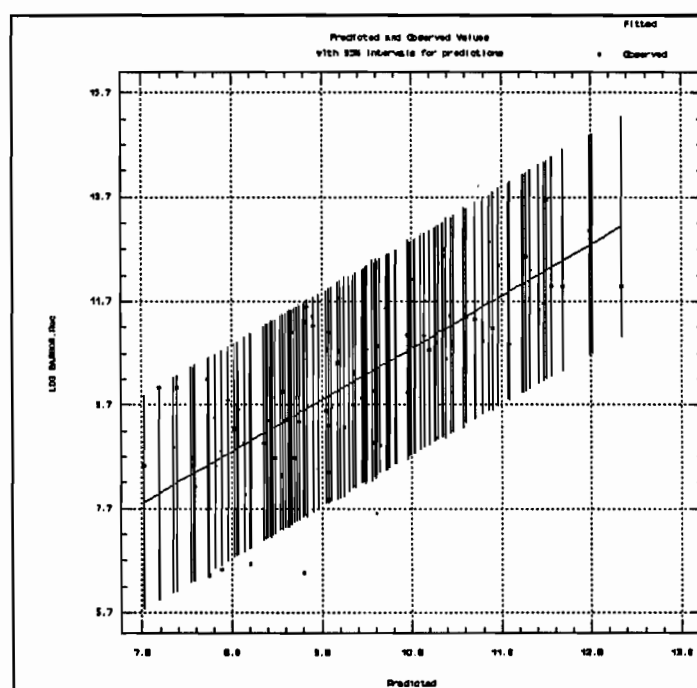


Gráfico 6: Error de predicción

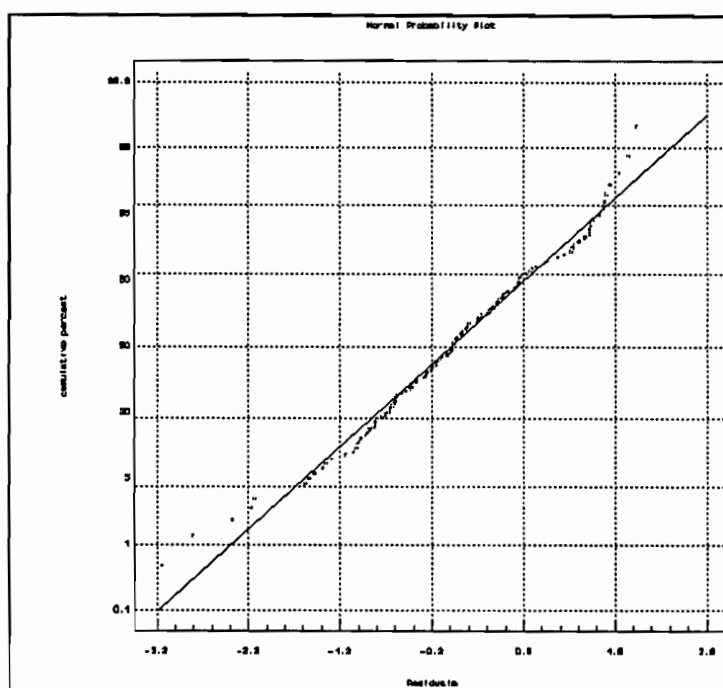


Gráfico 7: Ajuste de los residuos a una distribución normal.

BIBLIOGRAFIA

ARTICULOS:

ACHENSON, K. "Trade policy responses to the new technology in the film and television industry" - Journal of World Trade, April 1989.

ALVAREZ MONZONCILLO, J.M. "El futuro audiovisual en España" - Fundesco, 1993.

ALVAREZ MONZONCILLO, J.M. - LOPEZ VILLANUEVA, J. "El cine español : viejas contradicciones en tiempos modernos" - 1994 Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

AZPILLAGA, P. - ZALLO, R. "Nuevas tendencias en la cultura industrializada" - Economía Industrial, mayo/junio 1989.

BALMASEDA, E. "Hacia una estrategia a escala europea" - 1994 Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

BLAU, J. "Internal Economies of Scale in Performing Arts Organizations" - Journal of Cultural Economics, Jun 1986.

BLUMENTHAL, M. "Auctions with Constrained Information : Blind Bidding for Motion Pictures" - Review of Economics and Statistics, May 1988.

BIRD. "Tax incentives for films production : The Canadian experience" - Public Finance Quarterly, October 1985.

BUSTAMANTE Y ZALLO. "Las industrias culturales en España" - Akal Comunicación, 1985.

CAMERON, S. "The demand for cinema in United Kingdom" - Journal of cultural economics, Jun 1990.

CAMERON, S. "The supply and demand for Cinema tickets : some U.K. Evidence" - Journal of Cultural Economics, Jun 1986.

DALE, M. "Esperando al ave fénix. El reto de una industria cinematográfica europea" - 1994
Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

DE MIGUEL, J.C. - ZALLO, R. "Evolución de los movimientos de capitales en el sector de la comunicación" - *Economía industrial*, mayo/junio 1989.

DE MORAGAS SPA, M. "Políticas culturales en Europa : entre las políticas de comunicación y el desarrollo tecnológico" - Working paper nº 30, Centro de Estudios Olímpicos, Universitat Autònoma de Barcelona, 1988.

DIGEST, S. "El cine mundial. Un favorable cambio de fortuna" - 1994 Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

GOMEZ B. DE CASTRO, R. "El cine: enfermedades crónicas" - Bustamante y Zallo Eds.

GOMEZ B. DE CASTRO, R. "El cine : la industria inexistente" - *Economía industrial*, mayo/junio 1989.

GREEN, J. "Film and video : an institutional Paradigm and some issues of national policy" - *Journal of cultural Economics*, Jun 1984.

HANSMANN, H. "Non profit enterprise in the performing arts." - Bell Journal of Economics, 1981.

JONES, D. "Las empresas de televisión como productoras y exhibidoras de películas" - 1994
Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

JONES, D. "Evolución de los estudios sobre la industria cinematográfica española" - 1994
Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

KRUGMAN, P. "Strategy trade policy" - Ed. Krugman, 1989.

MONTIAS. "Public support for the Performing Arts in Europe and the United States" - Oxford University Press, 1986.

MONTIAS. "Public support for the Performing Arts in Western Europe and the United States : History and Analysis" - Yale University, 1984.

MOSKOW, M. "Trade Unions in the Performing Arts" - Monthly Labor Review, March 1970.

O'HAGGAN, J. "The theory of non profit organisations : an application to a performing arts enterprise" - Economic and social review, January 1993.

ROBINS, K. "Hollywood for the 21st Century : global competition for critical mass in image market." - Cambridge Journal of Economics, March 1992.

ROMER, S. "The banks and the finance of feature film production." -National Bank Quarterly Review, August 1991.

SANCHEZ-TABERNERO, A. - ZUNZUNEGUI, S. "La política audiovisual europea" - 1994
Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

SRIVASTAVA, D. "On the economics of Entertainment : optimal length of movie runs." - Indian Economics Journal, July 1987.

STORPER, M. "The transition to flexible Specialisation in the U.S. Film Industry, external economies, the division of labour, and the crossing of industrial divides." - Cambridge Journal of Economics, Jun 1989.

THROSBY, D. "The production and consumption of the arts : a view of cultural economics." - Journal of Economics literature, March 1994.

TORRES LOPEZ, J. "Una economía crítica de la información, la comunicación y la cultura" - Economía industrial, mayo/junio 1989.

URRUTIA, J. "Economía de la cultura" - Economía Industrial, mayo/junio 1989.

VALLES COPEIRO DEL VILLAR, A. "La política de fomento del cine español" - 1994
Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

VIDAL ESTEVEZ, M. "Dos o tres diferencias entre cine norteamericano y europeo" - 1994
Situación : La industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

VIDAL ESTEVEZ, M. "Cine español : Senderos de producción" - 1994 Situación : La
industria cinematográfica, Servicio de Estudios BBV.

WEST, E. "Nonprofit vs. profit firms in the performing arts." - Journal of Cultural
Economics", December 1987.

WALLACE, T. "The role of actors and actresses in the success of film, how much is a movie
star worth." - Journal of Cultural Economics, Jun 1993.

LIBROS:

ALVAREZ MONZONCILLO, J.M. "La industria cinematográfica en España (1980-1991)" -
Ministerio de Cultura, 1994.

COLUMBIA UNIVERSITY. "Hollywood and the box office, 1895-1986" - New York :
Columbia University Press, 1988.

NOVALES, A. "Econometría" - McGraw Hill, 1988.

O'HAGAN, J. "The performing arts and the public purse : An economic anlysis" - Dublin :
The Arts Council/An Chomhairle Ealaion, 1987.

INFORMES:

MEDIA BUSINESS SCHOOL. "Informe sobre el seminario 30 de mayo - 1 de junio", Madrid
1991.

MEDIA BUSINESS SCHOOL. "The competitive Position of the European and US Film
Industries", 1993.

MINISTERIO DE CULTURA. "Cinematografía. Estudio estadístico 1992" -Colección Datos Culturales, 1994.

MINISTERIO DE CULTURA. "Boletín informativo : Películas, Recaudaciones, Espectadores : Datos de 1986/1993" - Ministerio de Cultura : Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Madrid 1986/1994.

MINISTERIO DE CULTURA. Ayudas a la cinematografía - Memorias 1993.

MINISTERIO DE CULTURA. Ayudas a la cinematografía - Normativa - Sección de información administrativa.

UNION EUROPEA. "Report by the think-tank on the audiovisual policy in the European Union" - Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburgo 1994.

WORKING PAPERS 1995

Business Economics Series

- 95-02 (01) David Camino and Clara Cardone
"The financial cost of official export credit insurance programs of industrialized countries: an analysis"
- 95-03 (02) David Camino
"The role of insurance and limited liability on corporate insolvencies"
- 95-23 (03) S. Bhattacharya, A.W.A. Bost and A.V. Thakor
"The economics of bank regulation"
- 95-28 (04) Alejandro Balbás and Alfredo Ibáñez
"Maxmin portfolios in financial immunization"

Economics Series

- 95-05 (01) Leandro Prados de la Escosura
"Spain's gross domestic product, 1850-1993: quantitative conjectures"
- 95-06 (02) Leandro Prados de la Escosura
"Spain's gross domestic product, 1850-1993: quantitative conjectures. Appendix"
- 95-07 (03) Javier Ruiz-Castillo
"Interpersonal welfare comparisons, redistributive effects, and horizontal inequities in the income tax system"
- 95-08 (04) Javier Estrada
"Insider trading: regulation, risk reallocation, and welfare"
- 95-09 (05) Javier Estrada
"Insider trading: regulation, securities markets, and welfare under risk aversion"
- 95-10 (06) Ana Castañeda, Javier Díaz-Giménez and José Víctor Ríos-Rull
"Unemployment spells and income distribution dynamics"
- 95-11 (07) Michele Boldrin y Aldo Rustichini
"Equilibria with Social Security"
- 95-12 (08) Monique Florenzano and Pascal Gourdel
"Incomplete markets in infinite horizon: debt constraints *versus* node prices"
- 95-13 (09) Michele Boldrin and Michael Horvath
"Labor contracts and Business cycles"
- 95-15 (10) Jean François Fagnar, Omar Licandro and Henri Sneessens
"Capacity utilization dynamics and market power"